



ProWein 2012 – série d'articles spécialisés – Novembre 2011

Les tendances dans les spiritueux : vers plus d'individualisme

ProWein, le salon leader mondial des vins et spiritueux, est chaque année au mois de mars le point de rencontre et le centre des affaires pour la filière internationale des vins et spiritueux. Des fournisseurs de toutes les grandes régions viticoles du monde entier se présentent à Düsseldorf à un public en provenance de toute la planète. Le secteur des spiritueux de ProWein a lui aussi grandi au cours de ces dernières années et pour 2012 les perspectives, une fois de plus, sont excellentes : plus de 300 fournisseurs présentent leur portfolio multiple, parmi lesquels des leaders mondiaux mais aussi de plus petits producteurs et importateurs qui vont présenter des nouveautés insolites et des trésors régionaux typiques. En plus, sur de nombreux stands de vin, on pourra aussi trouver des trésors de spiritueux de la planète entière. Le FIZZ-Lounge va, par ailleurs, présenter les tendances actuelles dans le domaine des spiritueux.

La consommation des spiritueux selon les pays

Selon l'ifo, l'institut de recherche économique, en 2010, la consommation officielle des spiritueux a été en Allemagne de 5,4 litres en produit fini par tête d'habitant, soit au même niveau que l'année précédente. Cela dit, début 1991, la consommation des spiritueux par tête d'habitant en Allemagne était encore de 7,5 litres. Du point de vue purement statistique, les spiritueux affichent un recul continu non seulement en Allemagne mais dans la plupart des autres pays occidentaux. Sur le plan international, et d'après les recherches de l'International Wine & Spirit Record (IWSR), l'Allemagne, avec sa consommation de spiritueux par tête d'habitant, se trouve dans la bonne moyenne des consommateurs. Comparé aux autres pays européens, la république d'Allemagne, avec ses 5,4 litres, occupait en

Internationale Fachmesse
Weine und Spirituosen
International Trade Fair
Wines and Spirits
Fiera Internazionale
Vini e Liquori
Salon International
Vins et Spiritueux
Feria Monográfica Internacional
de Vinos y Bebidas espirituosas

Düsseldorf, Germany

04. - 06.3.2012

www.prowein.com


Messe
Düsseldorf

Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Germany

Telefon +49 (0) 2 11/45 60-01
InfoTel +49 (0) 2 11/45 60-9 00
Telefax +49 (0) 2 11/45 60-6 68
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de

Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Joachim Schäfer
Bernhard Stempfle
Hans Werner Reinhard (Stv. GF)
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Dirk Elbers

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:

 The global
Association of the
Exhibition Industry

 Ausstellungs- und
Messe-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft

Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung



2009 le 18e rang. Au niveau international, l'Allemagne se place en 41e position, loin derrière le leader, la Corée du Sud, qui, avec ses 24,8 litres, mène la course. Du reste, c'est en Asie où l'on trouve actuellement les marchés en forte croissance pour ce qui est de l'alcool. Bien entendu, les nations naissantes et à forte population comme la Chine et l'Inde attirent de plus en plus l'attention des producteurs de spiritueux.

Les spiritueux, pris mixés, ont le vent en poupe Le GfK Consumer Tracking, un institut international d'études de marché, peut donner pour l'année 2010 des chiffres sur l'impact des différents types de spiritueux. Tous les spiritueux qui se laissent mixer ont enregistré une progression. Notamment, les variantes de rhum ont touché beaucoup plus de personnes que les années précédentes. Mais aussi, le gin, la tequila ou la vodka et le bourbon trouvent de plus en plus d'amateurs. Ceux qui diminuent, ce sont les spiritueux purs. Toutes tendances qui, dans les pays occidentaux, peuvent se retrouver dans l'IWSR mais aussi sur des sites Internet comme Drinks International (drinksint.com) et Just Drinks (just-drinks.com). Le marché asiatique, en revanche, commence tout juste à découvrir les produits premium de qualité. Il est donc certainement judicieux, dès qu'on se tourne vers l'avenir, de se concentrer sur les spiritueux à mixer.

Des experts internationaux voient se profiler de petits producteurs authentiques Gary Regan, un des experts du moment en cocktails et spiritueux et qui a fait un long voyage, n'a pas besoin de réfléchir longtemps quand on l'interroge sur les tendances actuelles : „du rhum, du rhum et encore du rhum“, pour cet Anglais qui vit aux Etats-Unis c'est la boisson internationale qui a le vent en poupe, et ce, à tous les niveaux. Et Simon Webster, le directeur de BarLifeUK, la revue britannique en ligne, d'attester : „ces dernières années, la progression et la popularité du rhum est absolument hors concurrence face aux autres produits distillés. “ Il part du principe que la cachaça, „en raison de sa similitude au rhum, va être la prochaine boisson alcoolisée à connaître un regain d'intérêt“. Notamment, lorsque „des importateurs

Internationale Fachmesse
Weine und Spirituosen
International Trade Fair
Wines and Spirits
Fiera Internazionale
Vini e Liquori
Salon International
Vins et Spiritueux
Feria Monográfica Internacional
de Vinos y Bebidas espirituosas

Düsseldorf, Germany
04. - 06.3.2012
www.prowein.com





vont attirer l'attention sur certaines petites marques artisanales authentiques qui font un bon produit.“ Webster, qui a lui même vécu longtemps en Australie, y voit non seulement un renforcement des marques de rhum indépendantes et des marques de cachaça indépendantes qui ont toute leur chance mais il constate aussi une évolution similaire dans le secteur du gin : „beaucoup de petites variantes de gin de maisons indépendantes sont arrivées ces dernières années sur le marché. Une genèse qui n'existe pas qu'en Angleterre. “ Une tendance vers les micro-distilleries ?

Barbara Becker, rédactrice en chef de la revue FIZZZ, constate elle-même l'évolution suivante : „le manège des nouveautés tourne de plus en plus vite, les produits de niche avec une disponibilité limitée attirent avant tout les convoitises des professionnels des bars. Pour satisfaire le besoin de nouveautés, les grandes marques ne sont pas en reste et lancent sur le marché des éditions spéciales. Dans le même temps, les cycles de vie des produits raccourcissent, car dès que le premier engouement est passé, l'heure de vérité vient à sonner : le produit a-t-il le potentiel pour s'établir ou devra-t-il disparaître pour laisser la place au nouveau venu sur les comptoirs ?“ Elle voit aussi s'ancrer de plus petites marques dans ce créneau : „le small batch correspond bien à ce scénario, car il sert à une stratégie de valeur ajoutée qui attire l'attention et signale la valorisation. Dans une stratégie de différenciation, il complète les critères de différenciation et de qualité déjà existants comme la durée de stockage voire, les temps de maturation, par exemple. “

Le ténor des spécialistes est unanimement ceci : les producteurs spécialisés, authentiques suscitent un intérêt certain auprès de la filière des spiritueux. Et là, ProWein est au cœur de la profession : outre les grands, dont la réputation n'est plus à faire, et qui seront présents avec des séries limitées, on va trouver une fois encore beaucoup de petits fournisseurs de spécialités originales et de nouveautés insolites de la planète entière.

Internationale Fachmesse
Weine und Spirituosen
International Trade Fair
Wines and Spirits
Fiera Internazionale
Vini e Liquori
Salon International
Vins et Spiritueux
Feria Monográfica Internacional
de Vinos y Bebidas espirituosas

Düsseldorf, Germany

04. - 06.3.2012

www.prowein.com





Les bartenders conscients de l'individualité

Mais que pensent les producteurs des tendances actuelles ? Hubertus Vallendar de la distillerie Vallendar porte un jugement similaire : „au cours des 25 dernières années certaines choses ont changé. Malgré un recul de la consommation, les produits de niche ont le vent en poupe quel que soit le pays au monde. “ À ses yeux, „le marché européen va se diversifier de cette façon, notamment du fait que pour le consommateur c'est de plus en plus important de se démarquer des autres avec des produits les plus spécifiques et artisanaux possible.“ Dans ce contexte, il n'est même plus question de qualité car „celui qui ne fait pas des produits de qualité est condamné d'avance“. Rob Cooper de Cooper International Spirits atteste aussi une nette tendance pour des produits artisanaux : „la qualité fait partie des sentiers battus, les bartenders, les connaisseurs et les consommateurs normaux veulent aujourd'hui entendre des histoires autour de produits authentiques qui leur soient racontées par des personnes accessibles. Notamment, les bartenders veulent s'identifier aux produits et pour ce faire, ils cherchent le contact direct avec les producteurs.“ Et donc à son avis, on va irrémédiablement aller encore plus loin dans la culture moderne des cocktails, car „elle est déjà très présente aux Etats-Unis et le niveau de mixologie va se renforcer encore davantage en Europe aussi.“ La conséquence directe pour lui : „de ce fait-là, des producteurs plus petits vont gagner en renommée.“ Et on peut déjà constater au moins une chose, c'est qu'en ce moment, notamment dans les pays occidentaux, mais aussi déjà en Europe de l'Est, il y a chaque année de plus en plus de micro-distilleries qui se créent et qui sont très talentueuses dans l'art de distiller. Ce que Wallendar considère comme diversification, correspond pour le Dr. Stephan Susen, Directeur chez Kreuzritter GmbH producteur allemand de spiritueux, à une „fragmentation“ et d'expliquer : „les marchés se fracturent de plus en plus, même les gros producteurs ont essayé de se placer avec des produits spécifiques, artisanaux et originaux.“ „Les experts sont, à son avis, „ceux qui ont déjà des bons produits, connaissent l'histoire qui se cache derrière et savent s'en servir“. Et alors, il reste „à communiquer

Internationale Fachmesse
Weine und Spirituosen
International Trade Fair
Wines and Spirits
Fiera Internazionale
Vini e Liquori
Salon International
Vins et Spiritueux
Feria Monográfica Internacional
de Vinos y Bebidas espirituosas

Düsseldorf, Germany
04. - 06.3.2012
www.prowein.com





ce savoir le plus largement possible pour donner aussi au consommateur l'envie d'y goûter“.

Au final, un mouvement qui est appuyé aussi directement par les bars. Car celui qui se sent doué en matière de savoir-faire artisanal, n'a plus peur de concocter lui-même des sirops, des bitters, des liqueurs et des infusions voire même, de sculpter des glaçons en forme de diamant. Un artisanat tout en doigté pour donner une touche personnelle à l'offre gastronomique telle que l'exigent les bartenders, les propriétaires de bars mais aussi de plus en plus de consommateurs de la part des producteurs de spiritueux. ProWein 2012 va aussi présenter cette tendance pour l'enthousiasme artisanal : avec comme slogan le „Do-it-yourself-Labor – Infusions, Bitters & Co.“, les „alchimistes dans le milieu de la restauration“ vont dévoiler leurs bottes secrètes sur le FIZZZ-Lounge dans le hall 7a.

L'auteur, Bastian Heuser a travaillé comme bartender et bar manager à Cologne, Francfort, Londres et Berlin. Aujourd'hui, il est Managing Director de l'agence en communication et de conseil Barworkz Beverage Consulting et il écrit en tant que free lance dans des publications spécialisés.

Vous trouverez des photos de presse sur ProWein 2011 en allant sur Internet dans notre banque d'images photos sous la rubrique „Service Presse“ : www.prowein.com.

Contact Presse :

Messe Düsseldorf GmbH, Service de presse ProWein

Corinna Kuhn

Brigitte Küppers (assistante)

Tel. : 0211/4560 –598/–929

KuhnC@messe-duesseldorf.de

KueppersB@messe-duesseldorf.de

www.prowein.com

Internationale Fachmesse
Weine und Spirituosen
International Trade Fair
Wines and Spirits
Fiera Internazionale
Vini e Liquori
Salon International
Vins et Spiritueux
Feria Monográfica Internacional
de Vinos y Bebidas espirituosas

Düsseldorf, Germany

04. - 06.3.2012

www.prowein.com

