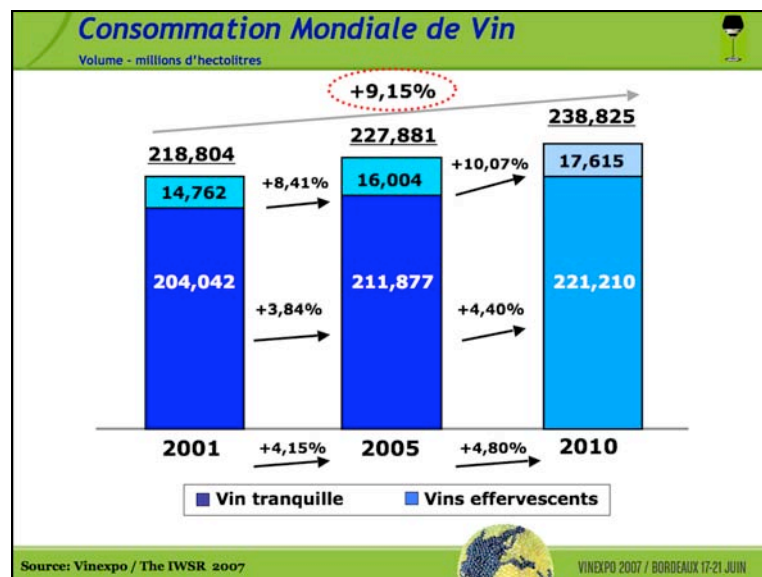


## **La consommation mondiale de vin augmente de près de 267 millions de bouteilles tous les ans ...**

Entre 2001 et 2005 la consommation mondiale de vin issu de raisins a connu une croissance de 4,15% pour atteindre un volume de 227,881 millions d'hectolitres, (30,384 milliards de bouteilles). Entre 2005 et 2010, la croissance de la consommation se poursuivra à un rythme légèrement supérieur : 4,8% pour atteindre 238,825 millions d'hectolitres (31,843 milliards de bouteilles). Sur l'ensemble de la période 2001/2010 la consommation aura connu une croissance de 9,15% soit une moyenne annuelle de 266,9 millions de bouteilles.



## **.... et les consommateurs auront consacré plus de 1,9 milliards de dollars chaque année à l'achat de vin**

Le chiffre d'affaires réalisé par la vente de vin au stade de détail a atteint 106,985 milliards de dollars en 2005, en hausse de 9,8% par rapport à 2001. Il devrait croître de nouveau de 9,4 % entre 2005 et 2010 pour s'établir à 117,038 milliards de dollars.

Sur la période 2001/2010, l'augmentation totale est 19,598 milliards de dollars, soit une croissance moyenne annuelle de 1,959 milliards de dollars.

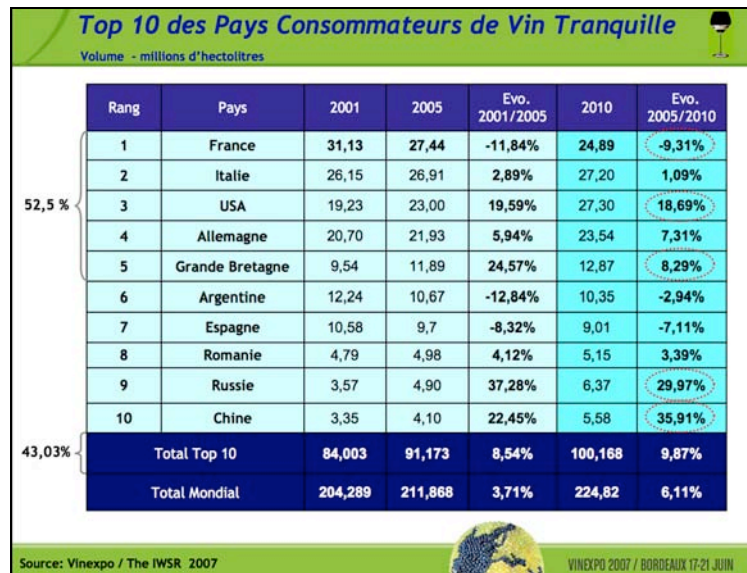
Ce chiffre d'affaires mondial représente, aujourd'hui, un montant équivalent à celui de l'industrie cosmétique au niveau mondial. Il est aussi près de deux fois plus élevé que le chiffre d'affaires du G.Y.M.E (Google/Yahoo/Microsoft/Ebay) !

## **Les américains seront les plus grands consommateurs de vin en 2010**

La consommation de vin aux USA a augmenté de 19,59% entre 2001 et 2005 et devrait connaître une nouvelle croissance de 18,69% entre 2005 et 2010.

Avec une consommation de 27,3 millions d'hectolitres de vin tranquille en 2010 (12,3% de la consommation mondiale), les USA vont devenir le premier marché consommateur de vin au monde, devant l'Italie (27,204 millions d'hectolitres) et la France (24,889 millions d'hectolitres).

En valeur la performance n'est pas moindre : avec un chiffre d'affaires de 19,17 milliards de dollars les USA étaient déjà le premier marché mondial du vin en 2005. Cette situation se renforcera à l'échéance 2010 avec un marché qui atteindra 22,75 milliards de dollars (en croissance de 18,7%). A cette performance au niveau de la consommation, les USA ajoutent le fait d'être en 2005 le 4<sup>ème</sup> producteur mondial et 6<sup>ème</sup> exportateur de vin.



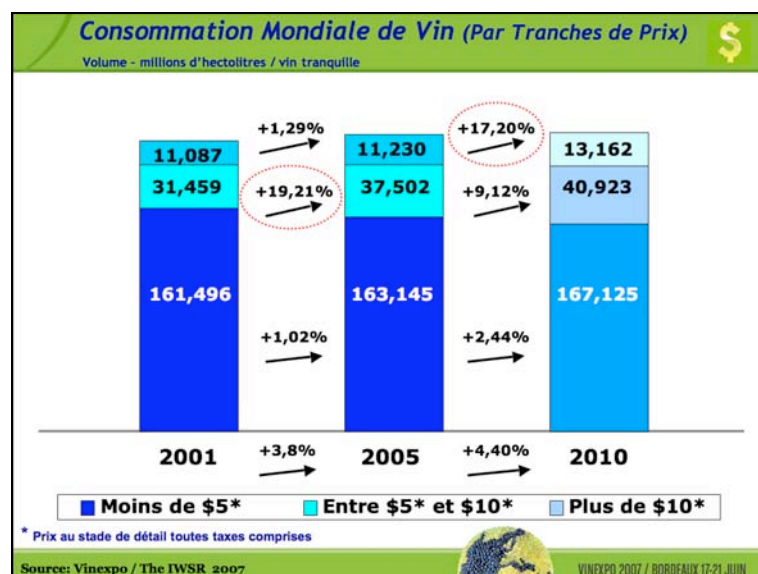
### La Chine et la Fédération de Russie entrent dans le «club» des 10 premiers marchés mondiaux du vin.

Dans un contexte où la Chine développe sa propre production de vin, elle voit sa consommation de vin augmenter de 22,45% entre 2001 et 2005 et devrait connaître une nouvelle croissance de consommation de 35,91% à l'échéance de 2010. Entrée dans le Top 10 des pays consommateurs en 2005, la Chine gagnera encore une place en 2010.

La Fédération de Russie, dont la consommation de vin a augmenté de 37,28% entre 2001 et 2005, devrait devenir le 8<sup>ème</sup> marché mondial à l'horizon 2010 grâce à une croissance maintenue à un haut niveau (29,97%).

### L'offre de vin séduit les consommateurs et progresse globalement mais ce sont les « segments supérieurs » du marché qui connaissent le développement le plus rapide.

A l'évidence, les consommateurs sont de plus en plus prêts à investir dans les vins premiums. Alors qu'entre 2001 et 2005, on constate une croissance de 19,21% pour les vins commercialisés entre 5 et 10 \$ et une croissance de 1,29% pour les vins vendus à plus de 10\$, **entre 2005 et 2010 ces mêmes vins connaîtront respectivement une croissance de 9,12% et de 17,20%**. Dans la même période 2005/2010 les vins vendus à moins de 5 \$ la bouteille verront leur croissance quasi stagner à + 2,44% soit un rythme annuel moyen de 0,48%.

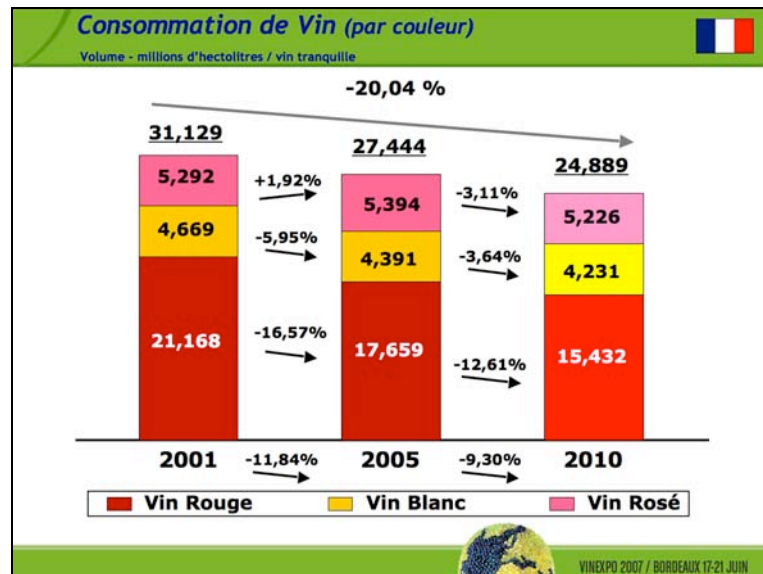


## **Rouge, Rosé, Blanc : tous les vins ne sont pas à la même enseigne**

Pour la première fois l'étude VINEXPO/IWSR présente les évolutions de la consommation des vins selon leur couleur.

### **Le vin rouge représente plus de la moitié de la consommation mondiale de vin tranquille.**

Grâce à une hausse de 7,48% par rapport à 2001, la consommation de vin rouge représentait 50,19% de la consommation mondiale de vin en 2005. Cette appétence des consommateurs pour les vins rouges se confirmera pendant la période 2005/2010 où, avec une croissance de 7,11% entre 2005 et 2010, elle atteindra 113,923 millions d'hectolitres (15,189 milliards de bouteilles). Les vins rosés connaissent un regain d'intérêt, leur consommation mondiale qui avait atteint 3,84% entre 2001 et 2005 devrait quasiment doubler entre 2005 et 2010 avec une évolution de 6,68%. Les vins blancs connaissent une quasi stagnation : ils représentaient 40,6% de la consommation mondiale en 2005, et ne devraient enregistrer qu'une croissance de consommation limitée à 0,55% entre 2005 et 2010.



### **La consommation « per capita » poursuit sa progression de façon contrastée**

Parmi les 20 premiers marchés mondiaux pour leur niveau de consommation par habitant (en âge de consommer), les deux tiers connaissent une hausse régulière de la consommation.

Dans le tiers des pays qui connaissent une baisse de consommation (la France, la Suisse, le Portugal, l'Argentine, l'Autriche et l'Espagne) celle-ci reste néanmoins à des niveaux conséquents.

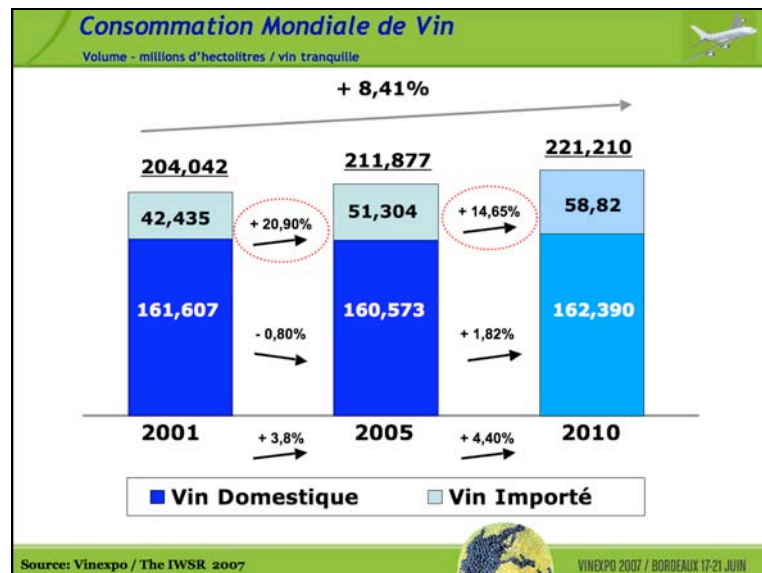
### **La différence entre production et consommation mondiale de vin est et restera quasi stable**

Le niveau mondial de production de vin issu de raisins montre qu'en tendance « lourde » (sur 10 ans entre 2001 et 2010), le différentiel entre production et consommation mondiale tend à se réduire. Entre 2006 et 2010, il devrait passer de 32,599 millions d'hectolitres à 23,361 millions d'hectolitres pour ne plus représenter que 8,7 % de la production mondiale.

### **La mondialisation des échanges a un rôle positif pour la consommation et la production de vins.**

La consommation des vins tranquilles importés a atteint 51,304 millions d'hectolitres en 2005 (24,2 % de la consommation mondiale), soit une hausse de 20,9% par rapport à 2001.

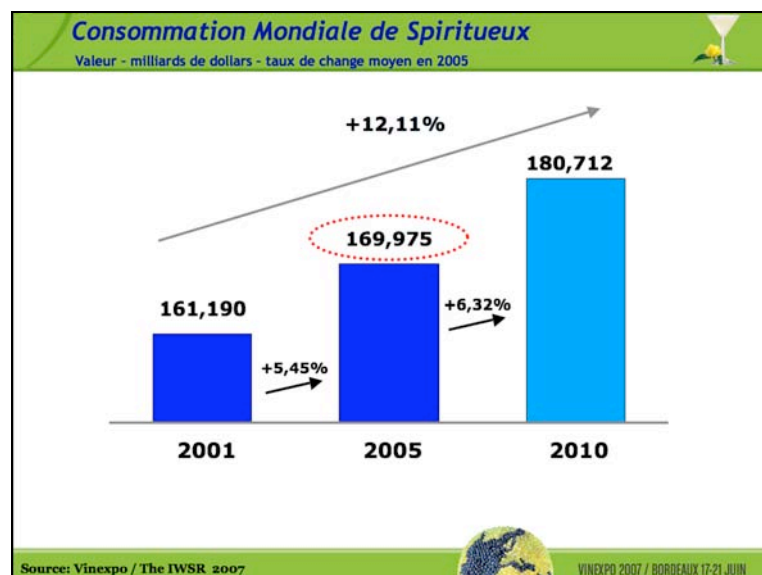
A l'horizon 2010, elle devrait atteindre 58,82 millions d'hectolitres, enregistrant une nouvelle hausse de 14,65% par rapport à 2005. Globalement et sur 10 ans (2001/2010), la consommation de vin importé connaîtra une croissance de 38,6%, soit 4 fois plus rapide que la croissance de consommation globale de vin sur la même période.



## LE MARCHÉ MONDIAL DES SPIRITUEUX ET SES PERSPECTIVES À L'HORIZON 2010

**Le chiffre d'affaires réalisé par la vente de spiritueux dans le monde a atteint 169,975 milliards de dollars en 2005.**

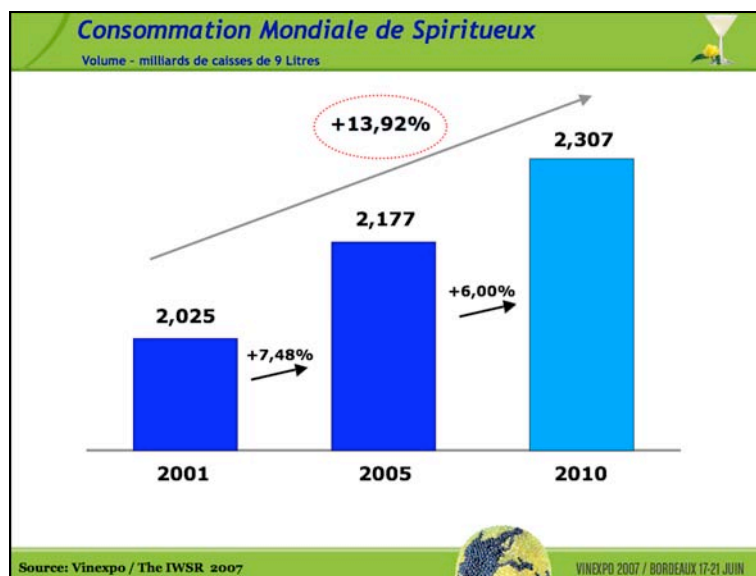
Il continuera à augmenter entre 2005 et 2010, pour atteindre 180,712 milliards de dollars. Il représentera alors 1,6 fois le chiffre d'affaires réalisé par la vente de vin.



**La consommation mondiale de spiritueux (hors RTD\*) progresse de 1,39 % par an.**

Elle a atteint 2,177 milliards de caisses de 9 litres en 2005 (+ 7,48% par rapport à 2001) et sera de 2,307 milliards de caisses en 2010 (+ 6% par rapport à 2005). Sur la décennie 2001/2010, elle connaît donc une progression de 13,92%, soit une croissance annuelle moyenne de 1,39%.

\* Ready to drink



### ***L'Asie première région consommatrice de spiritueux.***

Pour la première fois la « barre » du milliard de caisses de 9 litres de spiritueux consommées en Asie a été franchie en 2005 (1,021 milliards de caisses) soit 46,9% de la consommation mondiale de spiritueux.

A l'horizon 2010, la consommation asiatique devrait de nouveau augmenter de 8,03%, pour atteindre 1,103 milliards de caisses.

### ***La chine va devenir le second marché mondial du Cognac d'ici 2010.***

La consommation de Cognac a augmenté de 12,18% entre 2001 et 2005. Elle devrait poursuivre sa croissance et augmenter de nouveau de 15,54% entre 2005 et 2010.

La Chine, jusqu'en 2005 troisième marché du Cognac, devrait devenir le second d'ici 2010, la Grande-Bretagne devenant troisième destination de ce spiritueux.

Les USA restent le premier marché du Cognac et devraient connaître une nouvelle augmentation de consommation de 12,33% entre 2005 et 2010.

**Consommation Mondiale de Spiritueux**  
Volume - milliards de caisses de 9 Litres

% de la consommation totale en 2005	Région	2001	2005	Evo. 2001/2005	2010	Evo. 2005/2010
46,9%	Asie	0,923	1,021	10,62%	1,103	8,03%
17,5%	Europe de l'Est et les Baltiques	0,333	0,380	14,11%	0,389	2,37%
8,3%	Amérique du Nord	0,159	0,181	13,84%	0,200	10,50%
7,4%	Amérique Latine	0,166	0,160	-3,61%	0,179	11,88%
6,2%	Europe du Nord Ouest	0,137	0,134	-2,39%	0,133	-0,67%
4,3%	Europe Centrale des Balkans	0,093	0,093	0,00%	0,082	-11,83%
3,1%	Europe du Sud	0,071	0,066	-7,04%	0,070	6,06%
1,3%	Amérique Centrale	0,031	0,027	-12,90%	0,032	18,52%

Source: Vinexpo / The IWSR 2007

## **Mais c'est le continent Américain qui va connaître les plus fortes progressions de consommation entre 2005 et 2010.**

L'Amérique du Nord (8,3% de la consommation mondiale) connaît une progression régulière de ses volumes consommés (+13,84% entre 2001 et 2005 et +10,5% entre 2005 et 2010).

L'Amérique Latine quant à elle (7,4 % de la consommation mondiale) devrait renouer avec la croissance de sa consommation entre 2005 et 2010 (+11,88%).

Enfin, inversion totale de tendance pour l'Amérique centrale, dont la consommation devrait croître de 18,52% entre 2005 et 2010 après un recul de 12,9% entre 2001 et 2005.

## **La Vodka « star » des spiritueux internationaux.**

Avec une consommation de 504,11 millions de caisses de 9 litres en 2005, la Vodka est de loin le premier spiritueux « international » consommé dans le monde.

Sa progression de consommation devrait néanmoins se ralentir quelque peu entre 2005 et 2010 (+4,38%) après une très forte croissance entre 2001 et 2005 (+17,89%).

## **La consommation mondiale de gin baisse de 2 % par an en moyenne.**

Le Gin est le seul spiritueux au monde à connaître une régression de consommation.

Sa consommation régresse aux Philippines, aux USA et en Grande-Bretagne (ses trois principaux marchés) et devrait diminuer de 20,04% dans le monde entre 2001 et 2010, soit une baisse de 2% par an en moyenne sur 10 ans.

## **Le Scotch Whisky, le Rhum et la Tequila devraient connaître des accélérations de consommation d'ici 2010.**

Le Rhum, notamment le Rhum blanc, dont la consommation a été de 113,39 millions de caisses de 9 litres, devrait enregistrer une nouvelle hausse de ses ventes de 13,8% entre 2005 et 2010.

Après une augmentation de consommation de 2,83% entre 2001 et 2005, le Scotch Whisky devrait connaître une accélération de sa croissance de consommation entre 2005 et 2010 (+ 6,19%). Stable sur son principal marché qu'est la France, il devrait connaître de fortes progressions en Asie et notamment en Thaïlande qui est déjà son 5<sup>ème</sup> marché.

La Tequila poursuit quant à elle sa croissance de consommation mondiale qui est en moyenne de 800 000 caisses de 9 litres de plus chaque année sur la période 2001 /2010.

<b>Consommation des Spiritueux (par catégorie)</b>					
Volume - millions de caisses de 9 Litres					
Spiritueux	2001	2005	% Evo. 2001/2005	2010	% Evo. 2005/2010
Vodka	427,54	504,11	17,89%	526,06	4,38%
Brandies	106,30	117,31	10,36%	126,01	7,42%
Rhum	104,44	113,39	8,57%	129,04	13,80%
Scotch Whisky	75,93	78,08	2,83%	82,91	6,19%
Liqueurs	69,92	74,09	5,96%	76,94	3,85%
Gin / Genever	59,07	52,95	-10,36%	47,23	-10,80%
Tequila	17,12	19,65	14,73%	25,2	28,24%
Cognac / Armagnac	8,72	9,78	12,18%	11,3	15,54%
Autres Spiritueux	1 130,62	1 180,78	4,44%	1 253,82	6,19%
<b>Total Mondial</b>	<b>2025,742</b>	<b>2177,289</b>	<b>7,481%</b>	<b>2307,86</b>	<b>6,00%</b>

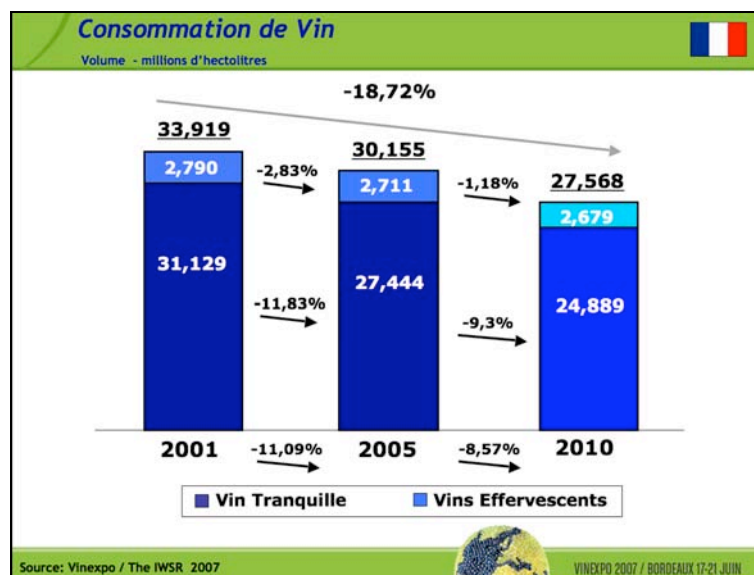
Source: Vinexpo / The IWSR 2007

VINEXPO 2007 / BORDEAUX 17-21 JUIN

## Les Français consomment moins

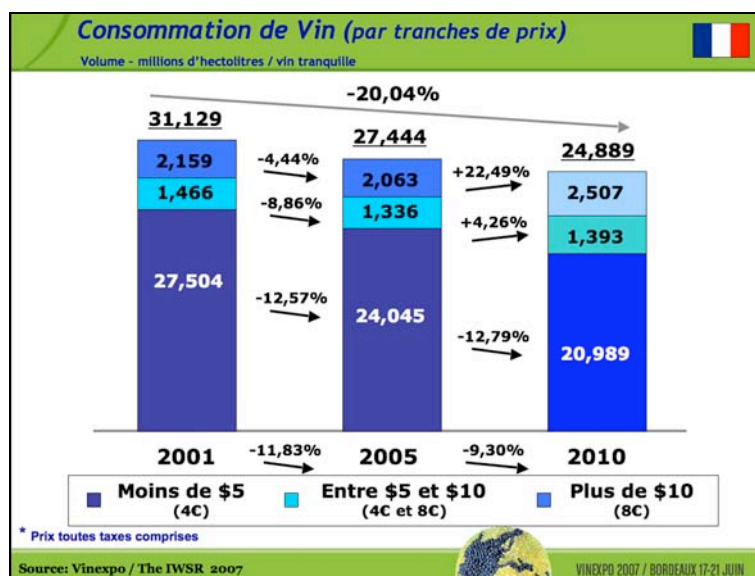
Premier consommateur au monde (en volume) de vin tranquille jusqu'en 2005, la France ne devrait plus que se situer qu'à la 3<sup>ème</sup> place derrière les USA et l'Italie à l'horizon 2010.

Entre 2001 et 2005 la consommation a reculé de 11,09%, elle devrait accuser un nouveau recul de 8,57% entre 2005 et 2010 selon les prévisions Vinexpo/IWSR.



La consommation des Français per capita (adultes en âge de consommer) était en 2005 de 63,80 litres, et devrait encore diminuer d'ici 2010 pour s'établir à 58,80 litres par habitant. Mais la baisse conséquente de la consommation en volume, évaluée à 9,31% entre 2005 et 2010, n'entraînera qu'un recul modéré de 1,71% du chiffre d'affaires de la vente de vin (stade de détail TTC).

A l'instar des tendances observées dans le reste du monde, les vins commercialisés entre 4 et 7,5€ devraient connaître un regain d'intérêt des consommateurs. Ce segment de marché, qui avait enregistré une baisse de 8,86% entre 2001 et 2005, devrait connaître une hausse de 4,26% entre 2005 et 2010. Cette évolution se confirme également pour les vins dont le prix de vente est supérieur à 7,5 € qui après une baisse de 4,44% vont connaître une forte hausse de 22,49% pour la période 2005/2010.

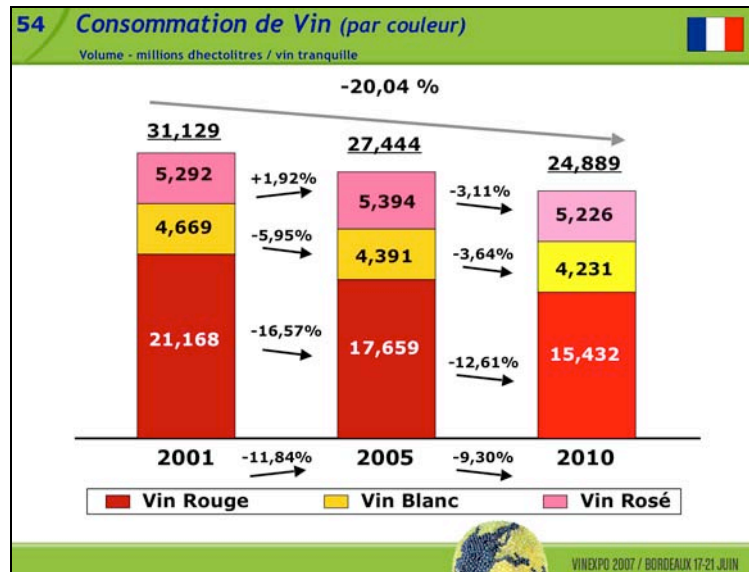


## Le vin rouge, reste le préféré des Français

Baisse globale de la consommation oblige, la consommation de vin rouge a accusé un recul de 16,57% entre 2001 et 2005 et devrait décroître encore de 12,61% entre 2005 et 2010.

La consommation de vin blanc (16% de la consommation globale) qui avait diminué de 5,95% entre 2001 et 2005, devrait connaître une évolution négative de 3,64% à l'échéance 2010.

Quant au Rosé, qui avait évolué positivement depuis 2001 (+1,92%), il devrait amorcer une baisse de ses volumes (-3,11%) en 2010.



## Spiritueux : le scotch whisky en tête de la consommation, la vodka en forte progression

Avec 11,34 millions de caisses de 9 litres consommées en 2005, la France est le premier marché mondial de consommation de scotch whisky devant les USA et l'Espagne.

Selon l'étude Vinexpo/IWSR 2007 la consommation de scotch whisky devrait rester stable entre 2005 et 2010.

La Vodka, qui conserve son titre de « star » des spiritueux consommés dans le monde, a connu en France une très forte progression de sa consommation entre 2001 et 2005 : +76,2%.

Cette tendance se confirmera pour la période 2005 / 2010 avec une envolée de 62,87%. La France ne devrait cependant se situer qu'au dixième rang de la consommation mondiale de vodka.

**Consommation des Spiritueux**  
Volume - millions de caisses de 9 litres

Spiritueux	2001	2005	% Evo. 2001/2005	2010	% Evo. 2005/2010
Scotch Whisky	10,730	11,343	5,71 %	11,346	=
Liqueurs	4,387	4,390	0,06 %	4,337	-1,20%
Rhum	2,329	2,564	10,09%	2,795	9,00%
Vodka	0,855	1,511	76,72%	2,461	62,87%
Gin / Genever	0,812	0,659	-18,84 %	0,670	1,66 %
Cognac / Armagnac	0,709	0,574	-19,04 %	0,458	-20,20%
Bourbon	0,660	0,510	-22,72 %	0,479	-6,07 %
<b>Total</b>	<b>20,482</b>	<b>21,551</b>	<b>5,22%</b>	<b>22,546</b>	<b>4,62%</b>

Source: Vinexpo / The IWSR 2007

VINEXPO 2007 / BORDEAUX 17-21 JUIN



## 2<sup>ème</sup> exportateur de vin au monde derrière l'Italie, la France lutte contre la baisse de ses parts de marché

Les exportations de vins Français ont globalement reculé de 12,39% en volume entre 2001 et 2005, cette dernière année étant reconnue comme une « année noire » pour nos exportations de vin.

La Grande Bretagne reste le principal débouché des vins Français en dépit d'une baisse de 8,8% sur la période 2001 et 2005.

Sur cette période, les volumes commercialisés par la France en Allemagne (2<sup>ème</sup> destination) sont en diminution de 16,93% et ceux vendus en Belgique (3<sup>ème</sup> destination) de 5,79%.

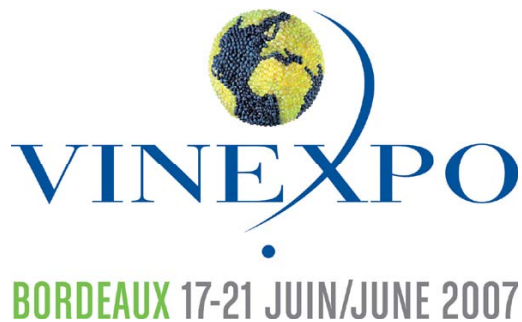
58 **Top 5 des Pays Acheteurs de Vin Français**  
Volume - millions d'hectolitres - vins tranquilles et effervescents 

Rank	Country	2001	2005	% Evo. 2001/2005
1	Grande Bretagne	3,218	2,932	-8,88%
2	Allemagne	2,953	2,453	-16,93%
3	Belgique / Luxembourg	1,778	1,675	-5,79%
4	Pays-Bas	1,532	1,328	-13,31%
5	Etats-Unis	1,043	0,821	-21,28%

Source: Vinexpo / The IWSR 2007  VINEXPO 2007 / BORDEAUX 17-21 JUIN

**Mais le premier semestre 2006, marque le retour d'une tendance positive : augmentation de 5,3% des volumes de vin tranquille et de 15,4% en valeur, progression du Champagne de +16,1% en volume et de +23,3% en valeur.**

Sur cette période, les exportations sont en hausse de 39%, largement soutenues par les transactions vers les USA.



Vinexpo, le Salon international des Vins et Spiritueux se tiendra au Parc des expositions de Bordeaux Lac du 17 au 21 juin 2007.

Pour sa 14<sup>ème</sup> édition, Vinexpo garde le cap sur l'avenir et affiche complet avec de nouveaux exposants et pays producteurs qui apportent leur contribution à l'événement.

Fort du succès rencontré en 2006, le Salon International des Vins et Spiritueux annonce déjà pour 2008 une nouvelle édition de Vinexpo Asia-Pacific qui se déroulera à Hong Kong du 27 au 29 mai.

## VINEXPO 2007 : ECHANGES AU SOMMET

### ● LES CINQ CONTINENTS AU RENDEZ-VOUS DE VINEXPO

Dès novembre, producteurs et négociants venus du monde entier avaient déjà réservé leur emplacement sur les 41 000 M<sup>2</sup> de surface d'exposition qu'offre le salon, parmi lesquels figurent : Distell LTD (Afrique du Sud), Boisset (France), Gonzalez-Byass SA (Espagne), Gruppo Italiano Vini S.P.A. (Italie), ...

La Slovaquie sera présente pour la première fois à Vinexpo aux côtés de maisons dont la réputation est internationale (liste complète sur [www.vinexpo.com](http://www.vinexpo.com)).

Le récent succès de Vinexpo-Asia et l'annonce de son renouvellement ont attisé l'ardeur du continent Asiatique représenté par la Chine, le Japon, la Corée du Sud et Singapour.

### ● NOUVELLE CONFIGURATION, NOUVEAUX SERVICES

#### **Le « Club du Lac »**

Ce nouvel espace, en bordure du lac, offre aux plus grandes entreprises du vin et des spiritueux un confort et des services d'exception dans un cadre magique. Ces pavillons climatisés, avec jardins privatifs et terrasses donnant sur le lac ont déjà séduit quinze exposants parmi les leaders du marché mondial: Diageo Wines (Barton & Guestier S.A.), Gallo Winery (E. & J.), Baron Philippe De Rothschild, S.A., C.V.B.G.-Dourthe - Kressmann, Concha Y Toro S.A., Constellation Europe Limited, Les Grands Chais de France S.A.S., Lanson, Laroche S.A., Marie Brizard & Roger International, Marnier-Lapostolle S.A., Remy Cointreau C.L.S., Louis Roederer S.A., Champagne Deutz, Taittinger - C.C.V.C.

#### **Marketers by Vinexpo**

Vinexpo innove et crée une nouvelle section du salon dédiée au marketing des vins et spiritueux : Marketers. Succédant à la section ouverte en 2005, Marketers étend son rayonnement au-delà des arts de la table et des objets liés au vin. Désormais, le packaging, le mobilier, les services et outils de marketing ont droit de cité sur une surface de 3000 M<sup>2</sup>, au Palais des Congrès, à quelques minutes par navettes du centre du salon.

Un programme **de conférences sur des thèmes marketing et vente** sera ouvert à tous pendant ces 5 jours, dans l'enceinte du Palais des Congrès (Consulter le programme sur [www.vinexpo.com](http://www.vinexpo.com))

## ● VINEXPO, PARTENAIRE DE RÉFLEXION ET D'ANTICIPATION

### Deux études de marché

Deux études commandées par Vinexpo seront présentées au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2007, en France, en Belgique, au Royaume-Uni, aux Pays-Bas, en Chine, en Allemagne, aux Etats-Unis, au Canada, au Japon et en Corée du Sud.

La première porte sur la « **Conjoncture mondiale du secteur du vin et des spiritueux et les prévisions à l'horizon 2010** ».

Confiée au cabinet britannique IWSR/GDR, cette étude prospective fait le point depuis 2001 sur les évolutions du marché international à 3 ans. Elle analyse la production dans 28 pays et la consommation dans 114 pays.

Véritable outil d'anticipation pour les professionnels du vin et des spiritueux, cette étude est proposée par souscription sur le site [www.vinexpo.com](http://www.vinexpo.com)

Une seconde étude a été confiée à la société BVA. Réalisée en France, aux Etats-Unis, au Japon, en Belgique et au Royaume-Uni, elle passe au crible les attitudes des jeunes consommateurs : « **Les 20-25 ans et le vin** ». Les résultats seront présentés dans le monde à partir du mois de mars.

### Conférences et dégustations

Pendant toute la durée du salon, conférences et dégustations se succèdent. Annoncées sur [www.vinexpo.com](http://www.vinexpo.com), elles sont ouvertes aux visiteurs et exposants ou accessibles sur invitation à demander aux organisateurs.

#### Contacts presse

##### Paris

**Elysaabeth Ebel / Aurélie Mandon**

Agence Greenwich

Tel: +33 1 58 05 10 70

Fax: +33 1 58 05 10 71

Email: [contact@greenwich.eu](mailto:contact@greenwich.eu)

[www.greenwich.eu](http://www.greenwich.eu)

##### Bordeaux

**Mathilde Carreau Gaschereau**

Vinexpo

Tel: +33 5 56 56 01 69

Fax: +33 5 56 56 00 12

Email: [presse@vinexpo.com](mailto:presse@vinexpo.com)

[www.vinexpo.fr](http://www.vinexpo.fr)

## LES HOMMES QUI FONT VINEXPO

**Jean-Marie Chadronnier,**  
**Président de Vinexpo**



Président du groupe CVBG-DOURTHE-KRESSMANN qu'il a racheté en 1998 en association avec deux dirigeants de l'entreprise, Jean-Marie Chadronnier a su hisser son groupe au **premier rang des exportateurs de Bordeaux** et développe son rôle d'exploitant-viticulteur d'une manière significative en Bordelais (Château Belgrave, 5ème grand cru classé Haut Médoc ; Château Le Boscq, Cru bourgeois Saint Estèphe ; Château La Garde, Pessac Léognan ; Château Clos de la Tour, Bordeaux Supérieur...) et en Languedoc (Château de Sérame, Corbières, Minervois et Vin de pays).

A 60 ans, Jean-Marie Chadronnier a rempli de nombreuses fonctions dans le monde professionnel, il a notamment été membre du **Comité National de L'I.N.A.O.** et de **l'Union des Maisons de Bordeaux**, administrateur du **Comité Interprofessionnel des Vins de Bordeaux** et **Président de la Fédération des Exportateurs des Vins et Spiritueux (F.E.V.S)**. A titre personnel, il est également propriétaire et exploitant du Château Marsau : Bordeaux-Côtes de Francs.

**Robert Beynat,**  
**Commissaire général**



Docteur en Sciences Economiques, il intègre en 1971 la **société St Joseph** à Gradignan (33), un des leaders européens de la confection et de l'habillement. Deux ans plus tard, il est Directeur de la filiale parisienne.

En 1975, il rentre à la **Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux** et y occupe successivement les postes de Directeur de Développement, Directeur du Département Industrie et Formation continue, et enfin Directeur du Département International.

D'octobre 1999 à avril 2004, il est Directeur de **l'Aéroport de Bordeaux**.

Parallèlement, il participe à la création du salon **VINEXPO** et en est depuis 1980 le Commissaire général. Depuis 1997, il a enrichi ce palmarès du titre de Commissaire général des salons « Vinexpo Asia Pacific » (1998, 2000 et 2002) et « Vinexpo Americas » (2002, 2004).

Epicurien de 59 ans, Robert Beynat apprécie le vin, bien sûr, mais aussi la lecture, le vélo et la corrida.

## VINEXPO 2007 – INFORMATIONS PRATIQUES -

### > Lieu

Parc des Expositions de Bordeaux-Lac

### > Nouvelles heures d'ouverture

Du dimanche 17 juin au mercredi 20 juin :  
de 8H30 à 18H30

Jeudi 21 juin : de 8H30 à 16H30

### > Dates

Du Dimanche 17 Juin au Jeudi 21 Juin 2007

### > Votre badge électronique pour accéder à Vinexpo

Dès la fin du mois de février, vous aurez la possibilité de vous pré-enregistrer sur notre site internet [www.vinexpo.com](http://www.vinexpo.com) en complétant **le bulletin d'accréditation dans la rubrique «Presse»**. Vous recevrez alors une confirmation de votre demande et votre badge électronique presse par email.

**Valable pour toute la durée du salon, ce badge vous permettra un accès direct et sans attente à Vinexpo, au Centre de presse et à Marketers.**

### > Hébergement

Réservez dès que possible votre chambre auprès de notre centrale de réservation :

**Centrale de Réservation Hôtelière - BP 55 – 33030 Bordeaux Lac Cedex – France**

**Tel: + 33 5 56 11 99 50 / Fax: + 33 5 56 11 31 55**

**Email: [hotel@bordeaux-expo.com](mailto:hotel@bordeaux-expo.com)**

### > Un tout nouveau site web : [www.vinexpo.com](http://www.vinexpo.com)

*Avec "vinexpo.com, c'est toute **une gamme de services innovants** qui seront déployés dans le courant du premier trimestre 2007, avec notamment :*

**Mon Vinexpo, un outil destiné à tous nos visiteurs. A travers la consultation facilitée du catalogue et du programme, il vous sera possible de vous constituer votre parcours personnalisé à imprimer et emporter avec vous dans les allées du Salon.**

*Fidèle à sa mission de soutien à la filière, Vinexpo.com vous propose aussi toutes les informations sur la nouvelle exposition Marketers, tout ce qu'il vous faut savoir pour accéder au salon, mais aussi une rubrique info marché enrichie, la liste des exposants, les logos et photos de Vinexpo, les derniers communiqués de presse...*

### > Contacts presse

**Paris**

**Elysabeth Ebel / Aurélie Mandon**

Agence Greenwich

Tel: +33 1 58 05 10 70

Fax: +33 1 58 05 10 71

Email: [contact@greenwich.eu](mailto:contact@greenwich.eu)

[www.greenwich.eu](http://www.greenwich.eu)

**Bordeaux**

**Mathilde Carreau Gaschereau**

Vinexpo

Tel: +33 5 56 56 01 69

Fax: +33 5 56 56 00 12

Email: [presse@vinexpo.com](mailto:presse@vinexpo.com)

[www.vinexpo.fr](http://www.vinexpo.fr)