

## Quand Les Armagnacais séduisent La Chine



Quand Les Armagnacais séduisent La Chine

Une quinzaine de Maisons était cette semaine à Chengdu, en Chine, au China food and drinks fair, un des salons les plus importants dans le monde.

Il est considéré comme un des salons qui compte ! Le rendez-vous de Chengdu a accueilli, la semaine dernière, des milliers de Maisons de vins et de spiritueux du monde entier. Les Armagnacais n'étaient pas en reste avec une dizaine de Maisons représentées, parmi lesquelles le Club des Marques (son directeur Stéphane Volpato était sur place), Janneau, Garreau, Delord, Tariquet, Darroze, Aramitz ou encore Eric Artiguelongue.

« Ce salon est très important pour l'armagnac, explique Olivier Goujon, le directeur de l'interprofession armagnac qui faisait partie de la délégation. Les quatre jours qui précèdent le salon, le Tao Show Hi est l'occasion pour nos opérateurs et leurs importateurs d'une formidable ouverture sur le marché mondial. Tous les grands hôtels de Chengdu se transforment en autant de lieux dédiés aux vins et spiritueux. »



Un salon professionnel qui accueille également l'International Baiju forum. Cette année, l'armagnac était à l'honneur de ce forum. Ainsi Olivier Goujon s'est-il exprimé devant plusieurs centaines de journalistes venus de toute la Chine et de nombreux autres pays. « 45 minutes pour présenter l'armagnac, dévoiler sa stratégie en Chine et expliquer comment nous faisons cohabiter la tradition et la modernité à travers nos produits, le marketing, nos messages », explique Olivier Goujon.

Durant ces journées à Chengdu, les importateurs des Maisons déjà citées ont organisé des masterclass « devant 60 à 80 personnes chaque fois et pour des participants dont la moyenne d'âge était de moins de 30 ans, souligne le directeur du BNIA. Des jeunes passionnés par les spiritueux et en attente de clés pour mieux parler d'armagnac autour d'eux. »

Cette opération en Chine fut également l'occasion, pour les responsables de l'interprofession, de rencontrer les Armagnac Educator accrédités à l'automne dernier après un séjour en Armagnac.

Enfin, la Compagnie des Mousquetaires et son capitaine Aymeri de Montesquiou étaient du voyage. À l'initiative du Club des marques, une soirée d'intronisation a été organisée, l'occasion pour Fabyène Mansencal, consulate générale de France, de prêter serment de fidélité à l'armagnac et d'intégrer la compagnie.



Dans un pays, la Chine, où les Armagnacais vendent quelque 150.000 bouteilles par an, (avec une progression de 25 % en volume et de 10 % en valeur en 2018), on comprend mieux l'importance de la délégation à Chengdu. La Chine est en effet le troisième pays importateur d'armagnacs (en valeur) et le sixième en volume.

« C'est aussi tout le sens de notre programme Ambassador China, commente Olivier Goujon et la réponse aux demandes de nos importateurs. Nos Armagnac Ambassador vont désormais former des Armagnac Ambassador ».

Dans une deuxième étape, il s'agira « d'harmoniser notre discours pédagogique en l'adaptant au marché et en surfant sur l'appétit des Chinois en quête de produits de qualités, de produits de luxes, authentiques et haut de gamme », ponctue Olivier Goujon.



IMG\_3576.jpg



IMG\_3572.jpg



IMG\_3571.jpg



IMG\_3563.jpg