

Interview de Santiago Diaz Herrenschmidt

1. Santiago Diaz Herrenschmidt, vous venez de prendre vos fonctions en tant que chef de service Vins, Spiritueux & Boissons alcoolisées à Business France, pouvez-vous vous présenter en quelques lignes ?

Je suis depuis plus de 15 ans dans le réseau d'appui au développement international des sociétés françaises. J'ai débuté à l'Ambassade de France au Mexique en tant qu'attaché sectoriel agro. J'ai ensuite pris la direction du Bureau de presse d'Ubifrance pour l'Amérique Latine puis exercé le rôle de conseiller export et correspondant Promosalons au Mexique. Je reviens de Madrid où j'exerçais la fonction de chef du pôle Agro pour la Péninsule Ibérique.

Dans ces pays j'ai mené diverses actions d'appui export pour la filière Vins, dans le domaine B2B mais aussi auprès des distributeurs comme le groupe El Corte Inglés avec lequel nous avons développé une campagne de promotion de Champagnes de Vignerons dans les 65 Clubs de Gourmets du groupe.

2. Quels vont être, selon vous, les challenges à relever pour le service Vins, Spiritueux & Boissons alcoolisées de Business France ?

Les défis à relever sont nombreux. Nous allons accompagner la filière dans une stratégie de segmentation en proposant des actions ciblées sur les marchés export, notamment pour les vins Bio, la catégorie « Vin de France », les bières de spécialité et les spiritueux premiums.

Nous souhaitons renforcer notre rôle de fédérateur en travaillant étroitement avec les interprofessions et partenaires régionaux.

Nous proposerons aussi bien des actions collectives (Pavillons France sur salons, Tasting France...) que des réponses sur mesure.

Enfin nous mettrons l'accent sur le digital avec la mise en place de solutions innovantes pour la mise en relation B2B (Marketplace) et la communication auprès des opérateurs et prescripteurs étrangers.

3. Quelles seront les nouveautés dans le programme Vins, Spiritueux & Boissons alcoolisées de Business France ?

Le service Vins, Spiritueux & Boissons alcoolisées organisera notamment en 2018 plus d'une dizaine de Pavillons France dans le monde dont deux pilotages nouveaux pour Business France en Asie : Prowine à Singapour et Vinexpo Hong Kong, nous devrions y proposer un nouveau concept, en phase de test d'ici fin 2017, « The French Tasting Room », un espace dédié à des mini MasterClass où nous présenterons des vins des exposants du pavillon France à un public professionnel et des leaders d'opinions sélectionnés.

Nous allons consolider la présence française sur Prowein à Düsseldorf où nous allons notamment créer une « Tasting Area » dédiée à certains segments spécifiques.

Les dégustations B2B «Tasting France » auront lieu dans 60 villes sur tous les continents. Nous les déploierons également sur des marchés tels que la Croatie, la Slovaquie, l'Afrique ou encore l'Inde, en bénéficiant de l'expertise des équipes Business France locales.

Je suis heureux de prendre ces nouvelles fonctions et de pouvoir compter sur une équipe qui maîtrise ce métier, efficace et dynamique. Ensemble nous sommes à l'écoute de la profession afin de pouvoir offrir à chacun des solutions adaptées à ses besoins.