

AMUSE-BOUCHE
EVENT

SPIRIT
PARADISE

présentent



LIQUID GOLD

2^e
ÉDITION

| 26 ET 27 JUIN 2026

Bonhams

AUCTIONEERS SINCE 1793

DOSSIER EXPOSANT

LIQUID GOLD

SOMMAIRE

La présentation : p3

Le visitorat / Les exposants : p4

Bonhams Paris / Le lieu : p5

La communication : p6

Les organisateurs : p7

Les tarifs : p8

Contact : p9



LE CONTRAT DU SALON

Proposer à la dégustation quelques-uns de plus beaux flacons disponibles sur le marché, qu'ils soient collecteurs, éditions limitées, embouteillages rares ou de prestige, dans un cadre unique, à deux pas de la place de l'Étoile, en présence des meilleurs spécialistes, ambassadeurs ou collectionneurs.

Pour amateurs avertis exclusivement.

LIQUID GOLD 2026

Dates : **VENDREDI 26 JUIN**

SAMEDI 27 JUIN

Lieu : **BONHAMS**

6 avenue Hoche

75008 Paris

Horaires :

- SALON DE DÉGUSTATION :
le vendredi de 14h à 19h et le samedi de 11h à 19h
- VENTE AUX ENCHÈRES :
le samedi de 16h à 18h
- MASTERCLASSES :
le vendredi à 17h30 et le samedi à 14h

Tarifs :

- SALON DE DÉGUSTATION :
40 € le vendredi / 50 € le samedi /
80 € pour les deux jours
- VENTE AUX ENCHÈRES : entrée libre
- MASTERCLASSES : 120 € par masterclasse

Billetterie : www.liquid-gold.fr



LE PITCH

Depuis une quinzaine d'années, le monde des spiritueux a beaucoup changé. Il s'est renouvelé et s'est démocratisé auprès d'un public qui consomme moins mais beaucoup mieux. Les marques de renommée internationale sont montées en gamme et proposent de plus en plus souvent, au côté de leur gamme classique, des embouteillages de prestige ou des cuvées d'exception en édition limitée. On voit aussi certaines marques renforcer leur prestige en s'associant avec le meilleur de la gastronomie (chefs étoilés, produits rares, etc) ou des grands noms du luxe (cristerie, maroquinerie, parfumerie). Dans le même temps, un marché de collection s'est structuré autour de revendeurs spécialisés (boutiques ou sites marchands), animé par des ventes aux enchères à la découverte de vieux flacons oubliés, devenus collectors. Dans ce contexte, les amateurs de spiritueux rares ou d'exception sont de plus en plus nombreux, à la recherche de nouvelles expériences de dégustation.

Bienvenue dans le monde des trésors liquides.

Liquid Gold vous propose d'entrer dans l'univers des spiritueux collectors ou d'exception de trois façons différentes :

1/ PAR UN SALON DE DÉGUSTATION

L'occasion de goûter à des échantillons de whiskies et de spiritueux uniques avec les ambassadeurs des marques les plus prestigieuses ou les collectionneurs les plus réputés.

– Faites le plein d'émotions

2/ PAR UNE VENTE AUX ENCHÈRES DE PRESTIGE

L'occasion d'accéder aux flacons les plus recherchés ou tout simplement de se faire plaisir avec une ancienne bouteille devenue rare ou collector.

– Faites le plein d'adrénaline

3/ PAR UN PROGRAMME DE MASTERCLASSES

L'occasion de participer à une dégustation commentée par un expert ou un collectionneur et d'accéder à une sélection unique de spiritueux d'anthologie.

– Faites le plein de souvenirs

Liquid Gold veut vous faire vivre un moment de plaisir rare, dans une ambiance conviviale et un cadre prestigieux, entre connaisseurs.

LE VISITORAT

Liquid Gold s'adresse :

– AU COLLECTIONNEUR

Le collectionneur est un amateur averti à la recherche de la perle rare : collector, édition limitée, grande bouteille de dégustation. Le collectionneur révèle les meilleures bouteilles du temps passé.

– AU CURIEUX

Le curieux est désireux de découvrir le monde des spiritueux d'exception : embouteillage de prestige, spiritueux rares, marques d'initiés. Le curieux anime le marché d'aujourd'hui.

– AU PASSIONNÉ

Le passionné court les salons de dégustation pour ne rater aucune des pépites d'hier et d'aujourd'hui. Le passionné fait les collectors de demain.

Le visiteur de **Liquid Gold** est prescripteur. Relais de marques, c'est un épicurien qui déguste, communique, échange. Il est au centre des attentions et il anime de nombreuses communautés en cercle privé, en club ou sur les réseaux sociaux. Le visiteur de **Liquid Gold** dépense et se dépense sans compter pour sa passion et ses marques préférées.

Billet : 40 € le vendredi / 50 € le samedi / 80 € pour les deux jours

LES EXPOSANTS

Ne peuvent exposer que les marques, les boutiques ou les particuliers ayant des bouteilles rares, de prestige ou de collection. **Les dégustations sont payantes, avec un prix fixé par centilitre.**

– LES MARQUES

Liquid Gold s'adresse aux marques de spiritueux positionnées premium, dont le savoir-faire est reconnu tout comme l'excellence de leur production.

Nombre de références limitées à dix, avec au minimum une référence en dégustation libre.

Le prix public indicatif des références en dégustation payante ne doit pas être inférieur à 150 euros (bouteille de 70 cl).

– LES BOUTIQUES ET E-BOUTIQUES SPÉCIALISÉES

Liquid Gold permet aux boutiques ou e-boutiques spécialisées dans la vente de spiritueux de prestige ou de flacons collectors d'exposer. Afin de montrer la qualité de leur offre, ces exposants sont autorisés à proposer jusqu'à vingt-cinq références à la dégustation.

– LES CLUBS & LES PARTICULIERS

Les exposants particuliers ou les clubs sont aussi les bienvenus à **Liquid Gold**. Dans ce cas précis, il doit s'agir de bouteilles de collection ou d'embouteillages spécifiques. Ces exposants sont autorisés à proposer jusqu'à vingt-cinq références à la dégustation.

À PROPOS DE BONHAMS CORNETTE DE SAINT CYR À PARIS

Fondée en 1793, **Bonhams** est une grande maison de vente aux enchères internationale, offrant des objets d'art, des automobiles de collection et une division luxe, qui propose des bijoux, des accessoires de mode, des montres, du vin et des spiritueux. En 2021 et 2022, **Bonhams** a réalisé un grand nombre d'acquisitions importantes qui forment désormais le réseau **Bonhams**. Il s'agit notamment de : Bukowskis en Suède, Bruun Rasmussen au Danemark, Bonhams Skinner aux États-Unis et enfin **Bonhams Cornette de Saint Cyr** en France et en Belgique.

Ce réseau englobe 14 salles de vente dans le monde : Royaume-Uni (Londres New Bond Street et Knightsbridge) ; Écosse (Édimbourg) ; États-Unis (New York, Los Angeles, Boston et Marlborough) ; Hong Kong (Admiralty) ; Danemark (Copenhague) ; Suède (Stockholm) ; Australie (Sydney) et France à Paris.

Avec un réseau mondial de bureaux et de représentants régionaux dans 22 pays, **Bonhams** propose conseils et estimations dans plus de 60 domaines spécialisés.

ADRESSE

6 avenue Hoche - 75008 PARIS
www.bonhams.com

LE LIEU

Liquid Gold investit en totalité le premier étage de l'hôtel particulier de la maison de ventes aux enchères Bonhams avec de nombreux salons spécialement aménagés, dont le vestibule à l'imposante verrière qui donne sur la cour intérieure.



ACCÈS

1/ Métro

Charles de Gaulle-Étoile : lignes 1, 2 ou 6
Ternes, Courcelles ou Monceau : ligne 2

2/ RER

Charles de Gaulle-Étoile : ligne A

3/ Bus

Hoche : ligne 31
Hoche Saint-Honoré : lignes 43 ou 93



LA COMMUNICATION

Liquid Gold souhaite développer une politique de communication internationale, ambitieuse et ciblée. Internationale car les visiteurs potentiels habitent un peu partout en Europe ; Ambitieuse pour donner toute la visibilité nécessaire à la réussite du projet ; Ciblée car **Liquid Gold** s'adresse aux amateurs avertis. La réussite du projet passe aussi par la qualité du visitorat et sa dimension internationale.

La communication de **Liquid Gold** sera basée sur un certain nombre d'outils et moyens mis en œuvre progressivement, en fonction d'un rétro-planning qui commence dès aujourd'hui.

1 / UN SITE INTERNET

www.liquid-gold.fr est la vitrine du salon. Simple et très visuel, notre site se veut ergonomique et très informatif. Son but : donner une bonne image du salon et de ses exposants tout en facilitant la venue des visiteurs. Il sera en ligne et totalement opérationnel prochainement.

www.liquid-gold.fr permettra de préparer sa visite (programme, accès, billetterie), de connaître la liste des exposants et des flacons proposés à la dégustation, liste mise à jour en temps réel et au fur et à mesure des inscriptions. Il sera le relais du « guide du visiteur », avec un descriptif de chacun des exposants et des spiritueux en dégustation. Il présentera toutes les animations et chacun des intervenants.

2 / LES RÉSEAUX SOCIAUX

Devenus incontournables, les réseaux sociaux (Facebook, Instagram) seront au cœur de la stratégie de communication de **Liquid Gold**. Un salon est un média qui met en relation des exposants et des visiteurs mais c'est aussi une communauté qui partage ses informations. L'échange et la rencontre étant au cœur de l'ADN et du projet **Liquid Gold**, les interventions (posts ou photos) seront nombreuses en amont du salon, pendant le salon lui-même mais aussi entre deux éditions. Pour ne pas perdre le contact.

3 / LES RELATIONS PRESSE

Le contact avec les journalistes et les blogueurs sera continu via des communiqués de presse avant et après le salon sur les points forts de **Liquid Gold** : son concept, ses exposants, ses animations, son succès. Comme pour l'ensemble de nos autres salons (Planète Bière, France Quintessence, Brasser Distiller Solutions), nous avons confié nos relations publiques à l'agence **Born To Be Wine**, dont sa fondatrice Aurélie Rovnanik est une professionnelle reconnue auprès des journalistes vins, spiritueux et art de vivre.

4 / LA PLV

Des outils de promotion classique – affiches et flyers – ont aussi été développés et seront diffusés auprès d'un public ciblé d'amateurs via les boutiques spécialisées et les grands cavistes sur l'ensemble du territoire.

5 / LE GUIDE DU SALON

Envisagé comme un catalogue d'exposition, il présentera l'ensemble des flacons en dégustation sur le salon. Il reprendra aussi les informations pratiques et proposera un plan. Il sera remis en main propre à l'entrée du salon à chacun des visiteurs mais il sera aussi diffusé en amont du salon dans les lieux de prescription (cavistes spécialisés et mailing personnalisé). Il sera tiré à 1 000 exemplaires et diffusé à partir du 1^{er} juin.

LES ORGANISATEURS



La société **Amuse-Bouche** a été créée par deux professionnels de la communication, de l'édition et de l'événement, acteurs reconnus depuis de nombreuses années dans le monde des boissons conviviales.

Amuse-Bouche organise **Planète Bière** à destination des brasseries et des marques de bières, **France Quintessence** autour des spiritueux français, **Brasser Distiller Solutions** pour les marques et producteurs de boissons (bière, soft, spiritueux ou vin) et **Paris Cocktail Festival** pour le monde du cocktail.

Franck Poncelet

Depuis 2006, Franck Poncelet édite le magazine *Barmag*, un mensuel gratuit qui a su répondre aux attentes du secteur de la boisson, et qui s'est implanté dans les établissements les plus tendances et prestigieux des principales villes de France. Son lectorat, épicurien et curieux, aime découvrir les dernières nouveautés à déguster (cocktails, bières et spiritueux), les nouveaux modes de consommation et tous les lieux où il peut passer un bon moment avec ses amis. Depuis sa création, *Barmag* a toujours largement ouvert ses pages au monde des spiritueux.

Franck Poncelet est aussi l'éditeur de *Caveman*, le seul magazine dédié aux cavistes.

Philippe Jugé

Après avoir travaillé douze ans dans le monde de la presse musicale, Philippe Jugé s'est plongé avec délice dans le whisky dès 2006. Éditeur délégué de la version française de *Whisky Magazine* qu'il a ouvert à tous les spiritueux en 2010, il a aussi été le chef d'orchestre du salon *Whisky Live* (Paris, Lyon, Marseille, Strasbourg, Bordeaux, Singapour) pendant de nombreuses années. Il compte une vingtaine d'éditions à son actif, dont la moitié en tant qu'organisateur. Sa grande expérience et son expertise pointue dans l'organisation et la logistique de salons de dégustation sont les garants du succès. Journaliste spécialisé reconnu et auteur à succès (*Le Whisky pour les Nuls*), il connaît évidemment très bien les médias mais aussi le marché et les acteurs du monde des spiritueux.

SPIRIT PARADISE

Spirit Paradise est une jeune société dans le milieu des spiritueux, principalement tournée vers le whisky de collection. Elle a repris dans son activité le Club « *Rare & Collectors Whisky Club* » fondé en 2013 et distribue pour la France le récent ouvrage encyclopédique *Collecting Scotch Whisky* écrit par Emmanuel Dron.

Philippe Gosmand

Passionné par le whisky et son univers depuis le début des années 1990, Philippe Gosmand n'a jamais cessé de rechercher de nouvelles expériences pour approfondir ses connaissances. Il est ainsi devenu collectionneur « malgré lui » en achetant pendant des années les bouteilles en double et a ouvert il y a dix ans un club de whisky dans lequel il propose à la dégustation ses bouteilles de collection. Mais sa passion l'a amené bien plus loin et fait découvrir des amateurs et des professionnels dans de nombreux pays, qu'il rencontre fréquemment dans les salons de dégustation de whisky en Europe et avec qui il a tissé des liens d'amitié. Il lui est donc apparu comme une évidence de vouloir être acteur dans l'organisation d'un salon de dégustation de spiritueux d'exception à Paris, le tout premier en France, dans lequel le whisky de collection a toute sa place.

LA VENTE AUX ENCHÈRES

La vente aux enchères **Liquid Gold x Bonhams** se déroulera en ligne et en direct de Bonhams Cornette de Saint Cyr Paris, avec une sélection exceptionnelle de spiritueux rares et de collection.

Bonhams accepte les dépôts en provenance de toute l'Europe et invite les marques, les partenaires commerciaux et les clients privés à soumettre leurs bouteilles, dans toutes catégories de spiritueux. Nous recherchons des embouteillages ou des collections qui incarnent l'esprit **Liquid Gold** : anciennes, rares et distinctives, avec une provenance et un attrait exceptionnels.

Pour toute demande de dépôt, veuillez contacter patricia.byott@bonhams.com en fournissant le plus de détails et d'informations sur chaque lot. Nos spécialistes vous fourniront des estimations confidentielles de vos bouteilles ou collections.

Après accord, un contrat formel sera établi et **Bonhams** organisera l'expédition sécurisée vers notre entrepôt sous douane, où les bouteilles seront photographiées et cataloguées par nos équipes avant la vente.

LES TARIFS DU SALON

Nous fournissons le stand et la signalétique clef en main. Le montage et le démontage sont aussi inclus dans notre prix. Nous fournissons également la verrerie.

Le prix est fixé en fonction de votre famille de rattachement :

Marque, Boutique, Club ou **Particulier**.

STAND DE DÉGUSTATION

Marque ou Distillerie

Stand de dégustation..... 1 500 €

Boutique ou e-boutique

Stand de dégustation..... 750 €

Club

Stand de dégustation..... 750 €

Particulier

Stand de dégustation..... 500 €

—

PROGRAMME OFFICIEL / ANNONCES PRESSE

4^e de couverture 1 000 €

2^e de couverture 750 €

Pleine page intérieure 500 €

Caractéristiques : 21X15cm – 20 pages – dos carré collé – papier 200g

Tirage : 1000 exemplaires



LIQUID GOLD

Bonhams

AUCTIONEERS SINCE 1793

AMUSE-BOUCHE
EVENT

Philippe : 06 81 82 49 49 – philippe@ab-event.fr
Franck : 06 63 82 54 72 – franck@ab-event.fr

SPIRIT
PARADISE

Philippe : 06 68 01 93 59 – philippe@spiritparadise.fr