

La Fédération Française des Spiritueux choisit l'agence VFC Relations Publics pour l'accompagner dans ses relations presse et digitales

Après compétition sur les missions de relations presse et digitales, la Fédération Française des Spiritueux a retenu l'agence VFC Relations Publics.

Créée en 1996, la Fédération Française des Spiritueux (FFS) est un syndicat professionnel composé de producteurs et distributeurs français de boissons spiritueuses.

Les boissons spiritueuses sont des boissons alcoolisées obtenues par distillation, macération ou infusion de matières premières agricoles. On dénombre 46 catégories principales de spiritueux, dont amers, anisés (pastis), bitters, brandy, eaux-de-vie de fruits, eaux-de-vie de vins (Armagnac, Cognac), eaux-de-vie de cidre (Calvados), gins, liqueurs, rhums, vodkas, whiskies.

Elle regroupe près de 200 entreprises présentes dans 23 régions (y compris les départements d'outre-mer), de diverses tailles (90% de PME associées à des groupes à vocation internationale) et génère 100 000 emplois directs et indirects.

La FFS mise sur le Spiritourisme

Ce secteur puise sa force dans le patrimoine régional et dans le savoir-faire d'hommes et de femmes passionnés par leur métier et attentifs à la très haute qualité de leurs produits. Les spiritueux participent pleinement à l'art de vivre à la française et contribuent, par leur dynamisme, à l'exportation et à son rayonnement international. **Ce patrimoine, les Français et les touristes étrangers y sont particulièrement attachés. Chaque année, les sites de production en métropole et Outre-Mer accueillent 1 million de visiteurs.**

La Fédération Française des Spiritueux a choisi de soutenir cette activité en consacrant l'année 2013 au spiritourisme.

