

www.sialparis.fr - Votre contact pour exposer :

Les équipes du SIAL se tiennent à votre disposition pour vous aider dans votre participation.
Email : exhibit@sialparis.com - Tel : +33 (0) 1 76 77 13 33 - Fax : + 33 (0) 1 53 30 95 15

Développez votre activité, participez au SIAL 2012 !

Depuis 2008, le secteur Épicerie Fine

dont l'offre se différencie des secteurs « épicerie », « produits sucrés » et « conserves » s'adresse à des fabricants et distributeurs de produits qualitatifs alimentaires et non alimentaires à destination des épiceries fines, cavistes, corners épicerie fine en GMS, en restauration, centrales d'achat, import/export, circuits alternatifs,...

Ce secteur est pour vous si vos produits présentent les spécificités suivantes :

Produits haut de gamme, premium, produits originaux, introuvables, produits raffinés, sophistiqués, coffrets cadeaux, produits à offrir, produits pour les fêtes, packaging recherché et qualitatif, produits équitables.

Quel type de visiteur pour ce secteur ?

Épicerie fine, cavistes, grande distribution, grands magasins, concepts stores, centrales d'achat, duty free, import/export, négoce, grossistes, restauration commerciale, corner épicerie, distributeurs RHD, boutiques de décoration, commerce de détail (confiseurs, traiteurs, fromagers, charcutiers, chocolatiers,...), salons de thé, ateliers culinaires, e-commerce alimentaire, sommeliers, cadeaux d'affaires, comités d'entreprise, distribution alternative (jardineries, arts de la table, parc d'attraction,...).



Le SIAL, c'est :

- 5 jours pour vous faire connaître, dynamiser vos exportations et rencontrer de futurs partenaires
- 136 381 visites en 2010, dont 62% de visiteurs internationaux en provenance de 200 pays
- 66 827 visiteurs issus de la distribution
- 23 185 visiteurs issus de la restauration
- 5 838 exposants en 2010, dont 81% d'internationaux en provenance de 106 pays
- 1 800 exposants déclarent une offre pour la restauration

En 2010, les exposants du secteur Épicerie Fine ont accueilli sur leur stand **146 visiteurs en moyenne** dont **62% de nouveaux contacts.**

22% des visiteurs ne visitent que le SIAL

Ils sont venus en 2010 pour visiter l'Épicerie Fine :

Alinéa, Air France, Accor, Alice Délice, Atelier des Chefs, Auchan, Au Régat Bourguignon, Autogrill, Aux Saveurs Authentiques, Avenance, BHV, Biocoop, Buddha Bar, Côté Maison, Dean & DeLuca, Delicatessen, Gate Gourmet, Gamm Vert, Galeries Lafayette, Harrods, Hilton, Kaufland, John Lewis, La Grande Épicerie de Paris, Monoprix, Nature et Découvertes, Picard, Pierre Hermé, Pullman, Raynier Marchetti, SSP, Servair, Sodexo, Tesco, Transgourmet, Whole Foods Market, ...

- **Plus de 25 000 visiteurs** déclarent un intérêt pour les produits d'épicerie fine
- Pour **97% d'entre eux**, la visite du SIAL a permis de **découvrir des produits qu'ils ne connaissaient pas**.
- **89% des visiteurs** du secteur Épicerie Fine du SIAL **sont satisfaits de leur visite**.

Les visiteurs en parlent mieux que nous...

Brigitte MATIVAL (PDG) – LES SAVEURS DU MARCHE – France

« Salon approprié dans le domaine épicerie fine. Très important d'être à l'écoute des nouveaux produits et des nouvelles tendances. »

Valérie COUPIAT (PDG) – L'ÉPICERIE DE LEONIE – France

« Très beau et vaste salon, super intéressant, j'ai trouvé des nouvelles idées et des nouveaux fournisseurs ».

L'Épicerie Fine, devenu un secteur à part entière, est un succès :

- **350 exposants** présentent des produits d'épicerie fine.
- **25 % des exposants** sont des entreprises **françaises**.
- **Une vitrine internationale qui se confirme** : les 3 pays les plus représentés sont là France, l'Italie et l'Espagne.



Ils présentent leurs produits d'épicerie fine au SIAL 2010 :

A l'Olivier (F), AndréSy Confitures (F), Bur Distribution (F), Caviale (IT), Caviar de France (F), Cottage Delight (UK), DICARCONO (ESP), Fattoria Sila (IT), Fauchon (F), Dalma Food (SWE), Gusto Mundial Balearides (ESP), Kerex Terre Exotique (F), La Collina Toscana (IT), Le Palais des Thés (F), Memmi (F), Mediterranean Brands (GR), Monva (ESP), Nankai (JPN), New English Teas (UK), Otsuka Green Tea (JPN), Roger & Roger (B), Terra Premium (PRT), Russian Prestige (RUS), Wissotzky Tea (ISR),...



Pour les visiteurs, le SIAL prend la parole avant, pendant et après le salon



Avant le salon par :



- **une promotion internationale** grâce à un réseau de **60 agents** couvrant 120 pays, véritables relais professionnels et institutionnels,
- **des campagnes de marketing direct** auprès de **la grande distribution** (centrales d'achat, GMS, hard discount), des commerces de détails (cavistes, épicerie fine,...), du négoce (grossiste, import/export) et de **la restauration commerciale et collective**, des distributeurs/grossistes de la restauration, de la distribution,
- **un plan média** : 700 parutions dans plus de 400 supports français et internationaux (42 pays) spécialisés dans la distribution (LSA, LARGO CONSUMO, RUNDSCHAU FÜR DEN LEBENSMITTELHANDEL, DISTRIBUTION ACTUALIDAD, SUPERMARKET NEWS, THE GROCER,...) et dans la restauration (NEORESTAURATION, L'HOTELLERIE, CATERING (Belgique), CATERNEWS (Espagne), CHEF MAGAZINE (États-Unis), TRADE NEW RESTAURATEUR (Russie) et CATERER & HOTELKEEPER (Royaume-Uni),...
- **Un plan média spécifique "Épicerie fine"**: FLAVOUR FROM FRANCE (France), L'ABCD GOURMAND (France), GOURMET RETAILER (USA), SPECIALITY FOOD (UK), THE BEST OF MADE IN ITALY (Italie), GOURMET & FOODSERVICE (Brésil),
- **6 conférences de presse en France** : généraliste, sur la nutrition, le design alimentaire, les vins, la « distri-ration » (distribution/restauration) et les innovations,
- **des conférences de presse dans 20 pays** (Allemagne, Brésil, Belgique, Espagne, Canada, Chine,...),
- **Web** : des zooms spécifiques sur la distribution et la restauration sur www.sialparis.com,
- **E-communication** : une E-news mensuelle et des éditions spéciales par cible (distribution, restauration,...).

Pendant le salon par :



- des guides de visite par cible (distribution, restauration,...),
- des parcours de visite thématiques (produits halal, produits kasher, produits rares et exceptionnels, produits et démarches équitables et responsables, produits bio, signes officiels de qualité, marques distributeur, vente à emporter, prêt à consommer, nutrition, PAI et ingrédients,...),
- un repérage par un pictogramme des exposants ayant une offre produits pour la restauration, dans la distribution,
- un répertoire SIAL innovation : découverte de l'offre innovante du salon avec une analyse des tendances de consommation en restauration (jury d'experts en restauration),
- des conférences, animations et évènements :
LA CUISINE BY SIAL : lieu de démonstrations de chefs, mise en œuvre de produits Exposants, et dégustations au nouveau Restaurant VIP, L'OBSERVATOIRE DES TENDANCES ET INNOVATIONS, LES SIAL D'OR, LE PRIX DISNEY SIAL, SIAL TV : le nouveau plateau TV du SIAL pour vivre toute l'actualité mondiale alimentaire.

QUELQUES EXEMPLES DE CONFÉRENCES/TABLES RONDES À PROPOS DE L'ÉPICERIE FINE :

- ↳ Dans le cadre des conférences SIAL Innovation : Gourmet Experience, Fine & Selective Foods – Thématique : Innovation, Tendances de consommation, Business & Marchés, MDD. Intervenants : M. Rémy LUCAS –CATE MARKETING – France.
- ↳ La porte d'entrée de la GMS en France. *Pourquoi les produits alimentaires étrangers ne trouvent pas facilement leur place dans les rayons français ?*
Intervenants : M. Laurent LOCURCIO - LSA - France, M. Alain DESRUES - Conseil en référencement - AG2F - France, Mme Fabienne BISTER - MOUTARDES BISTER – France.
- ↳ Dans le cadre du Village Nutrition : Herbes et épices : vertus traditionnelles et bénéfiques scientifiquement prouvés.
Intervenant : M. Michael VAN STRATEN – Journaliste santé, écrivain (Grande Bretagne).

Après le salon par :

- Mise en place de visites de magasins,
- Mise en place de visites de restaurants,
- La liste des exposants sur le site www.sialparis.fr.

UNE COUVERTURE MÉDIA IMPACTANTE AVANT, PENDANT ET APRÈS SALON
PLUS DE 2000 RETOMBÉES PRESSE EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL

Zoom France : 1306 articles de presse écrite – 40 passages TV – 61 passages radio

Infos Marché

L'épicerie fine est un marché dynamique et porteur. Peu observé par les statistiques, le marché de l'épicerie fine a le vent en poupe. Le haut de gamme dans son ensemble se joue des aléas de la conjoncture, comme en témoigne le développement des ventes de champagne, de foie gras, de saumon, spiritueux, chocolats,...

Le marché de l'épicerie fine est évalué à 5 milliards d'euros et continue de progresser (chiffre : étude Xerfi – février 2010)

Différenciation et originalité

Les professionnels de la distribution alimentaire et de la restauration commerciale recherchent de plus en plus des produits alimentaires, vins, spiritueux et accessoires à forte valeur ajoutée, originaux et rares pour se démarquer et affirmer leur différence !

Ils recherchent des produits pertinents pour répondre à une demande plus large, plus jeune, en pleine mutation, avide de produits de niche : produits culinaires de terroirs, originaux, exotiques, rares, innovants, saveurs nouvelles... Ils font appel à de nouveaux fournisseurs plus ciblés.

Les petites structures au cœur de l'offre

Les PME sont les fournisseurs privilégiés des commerces spécialisés, des grandes surfaces alimentaires et des sites de commerce en ligne. Les épicerie fines jouent la carte de la sélectivité sur leurs approvisionnements afin de se différencier. Le marché s'avère donc porteur pour les petites structures, les artisans et les TPE.

89% des épicerie fines pensent développer leur chiffre d'affaires dans les deux années à venir



Les produits d'épicerie fine et l'Innovation :

Un secteur très innovant : 89% des exposants du secteur épicerie fine présentent des produits nouveaux.



L'Observatoire SIAL Innovation : un oeil sur le futur



Décodage de l'offre innovante du salon et analyse des tendances de consommation.
Visité par 2 visiteurs sur 3 !

GRAND PRIX SIAL INNOVATION remis à :

Perlage de Truffe perles de jus de truffe imitant le caviar de **TARTUFLANGHE** (Italie).

QUELQUES EXEMPLES DE PRODUITS NOUVEAUX D'ÉPICERIE FINE SÉLECTIONNÉS :

Boost thé stimulant le corps et l'esprit dans une boîte en métal **KUSMI TEA** (F), **Concassé d'aubergine et tomate séchée**, soubressade et origan concassé de légumes à tartiner **DUCS DE GASCOGNE** (F), **Confiture Olive Gingembre** confiture naturelle **MOULIN DU CALANQUET** (F), **Écorces d'agrumes du Japon** à grignoter de l'île de Shikoku **SUR LES QUAIS** (F), **Freshburst Pearls** perles au cœur liquide pour accompagner les plats ou en décoration **IMAGINATIVE CUISINE LTD** (UK), **Miel de Manuka** provenant de Nouvelle Zélande aux propriétés antiseptiques et antibactériennes à manger ou appliquer sur la peau **COMPTOIRS ET COMPAGNIES** (F), **Leaf pepper** feuilles de poivre noire pour la restauration **NANKAI CO LTD** (JPN),...

GOURMET EXPERIENCE, FINE & SELECTIVE FOODS



Panorama des produits d'épicerie fine originaux, rares, haut de gamme des exposants

QUELQUES EXPEMPLES DE PRODUITS SELECTIONNÉS :

« Choc, Made in F » - Les numéros et Recettes choc visuel, gustatif, émotionnel...tryptique gourmand de la nouvelle collection de chocolat **FAUCHON** (F), **154 Miel de Thym romarin de France** subtil mélange de miel de Thym et de miel de romarin **MIELS VILLENEUVE** (F), **Boite poisson métal** coffret métal à la forme d'un poisson comprenant 2 boites de sardines à l'olive **CONSERVERIE GONIDEC** (F), Burrata boule de mozzarella surmontée d'un sorte de bourgeon au cœur crémeux et moelleux **COOPERATIVA ALLEVATORI PUTIGNANO** (ITA), **Caramel au beurre salé** au beurre frais et au sel de Guérande **LA MAISON D'ARMORINE** (F), **English breakfast tea – Ridgways of London** thé noir de grande qualité, commerce équitable **TYPHOO TEA LTD** (UK), **Foie gras d'oie entier millésimé** sans additif ni conservateur **LAFITTE FOIE GRAS** (F), **GALETTES DE PONT AVEN** en emballages variées destinées aux épicerie fines, à la restauration de luxe ou dans de petits paniers à offrir en cadeau **BISCUITERIE TRAOU MAD** (F), **Jamon ibérico bellota admiración** jambon purement espagnol sélectionné pour sa qualité **JAMONES BLAZQUEZ** (ESP), **NIHONSHU** (Japanese sake) Hiroshima's Nihonshu de loin le meilleur de la production de saké du Japon **NANKAI Co. Ltd** (JPN), **BRUM'** sprays d'aromatization culinaire naturels certifiés biologiques **MB AROMES** (F),...

La sélection MONOPRIX



Sélection par le Groupe Monoprix, de 10 produits SIAL Innovations, avec proposition de les commercialiser pendant les jours essentiels - 17/ 28 novembre 2010 - des magasins Monoprix de France

- **BOOST** thé stimulant le corps et l'esprit dans une boîte ne métal **KUSMI TEA** (F).

www.sialparis.fr - Votre contact pour exposer :

Les équipes du SIAL se tiennent à votre disposition pour vous aider dans votre participation.
Email : exhibit@sialparis.com - Tel : +33 (0) 1 76 77 13 33 - Fax : + 33 (0) 1 53 30 95 15