



G **GOURMET** • SELECTION •

LE RENDEZ-VOUS PROFESSIONNEL
DE L'ÉPICERIE FINE ET DU BON GOÛT

22-23 SEPTEMBRE 2019

PARIS PORTE DE VERSAILLES

DOSSIER DE PRESSE
JUIN 2019

SOMMAIRE



- 3** Éditorial : Chantal de Lamotte,
directrice du salon
- 4** Fiche d'identité
- 5** Plan du salon
- 6** 10 ans de Gourmet Selection
- 14** Concours Best Of 2019
Vincent Ferniot
- 16** Concours Les Quintessences
Raphaële Marchal
- 17** Informations clés du secteur
- 18** Étude de marché 2019
- 21** Programme de l'édition 2019
- 25** Exposants et marques
- 33** Partenaires
- 34** Infos pratiques et contacts

ÉDITORIAL



CHANTAL DE LAMOTTE

**DIRECTRICE DU SALON
GOURMET SELECTION**

« GOURMET SELECTION fête cette année ses 10 ans. 10 ans que nous offrons, aux professionnels de l'épicerie fine et du bon goût, l'occasion de se rencontrer et d'échanger sur leurs métiers.

10 ans que nous rassemblons les hommes et les femmes engagés dans la valorisation des terroirs et des produits de qualité, portés par la créativité qu'inspirent les produits fins.

10 ans que les Prix Best Of décèlent des tendances du bon goût.

10 ans que les animations autour du produit et les conférences sur le secteur et l'aide au commerce sont de riches sources d'informations.

En 10 ans, le salon est devenu l'événement de référence premium du secteur rassemblant producteurs, petits commerces, grandes maisons historiques mais aussi start-ups. Nous sommes fiers que les exposants et distributeurs de produits et concepts haut de gamme français et européens participent chaque année, de plus en plus nombreux, à ce rendez-vous professionnel.

Si certains schémas traditionnels perdurent avec succès, le secteur a évolué avec son temps et Gourmet Selection se veut être le reflet de tous les acteurs.

Le dynamisme du secteur est concret. L'univers séduit car il répond à une demande de produits de qualité, labellisés ou dont la traçabilité et l'histoire rassurent tout comme le savoir-faire humain qui se cache derrière chaque recette et point de vente.

Notre capacité à dénicher les plus beaux produits du secteur fait de Gourmet Selection l'événement attendu de la profession.

La créativité des acteurs pour faire évoluer leurs métiers et se rendre toujours plus désirables et attractifs est l'un des points forts de ces 10 dernières années. À l'occasion de cette édition anniversaire, nous avons décidé de créer le concours Les Quintessences pour valoriser les initiatives des acteurs de la diffusion de ces produits. Aujourd'hui les visiteurs élargissent leurs champs d'actions pour s'adapter à leur époque : initiatives marketing, diversification d'activités, digitalisation, etc.

Faire perdurer un modèle, développer et fidéliser la clientèle tout en la surprenant, anticiper les tendances et la distribution des produits fins de demain sont autant d'enjeux que Gourmet Selection soulève cette année pour guider tous les professionnels. »

FICHE D'IDENTITÉ DU SALON

Salon professionnel annuel

- 2 jours de salon – dimanche et lundi

600 marques

370 exposants attendus

- 50 % de nouveaux exposants attendus
- 80 % d'exposants français
- 20 % d'exposants internationaux : Belgique, Espagne, Finlande, Grande-Bretagne, Italie et Portugal

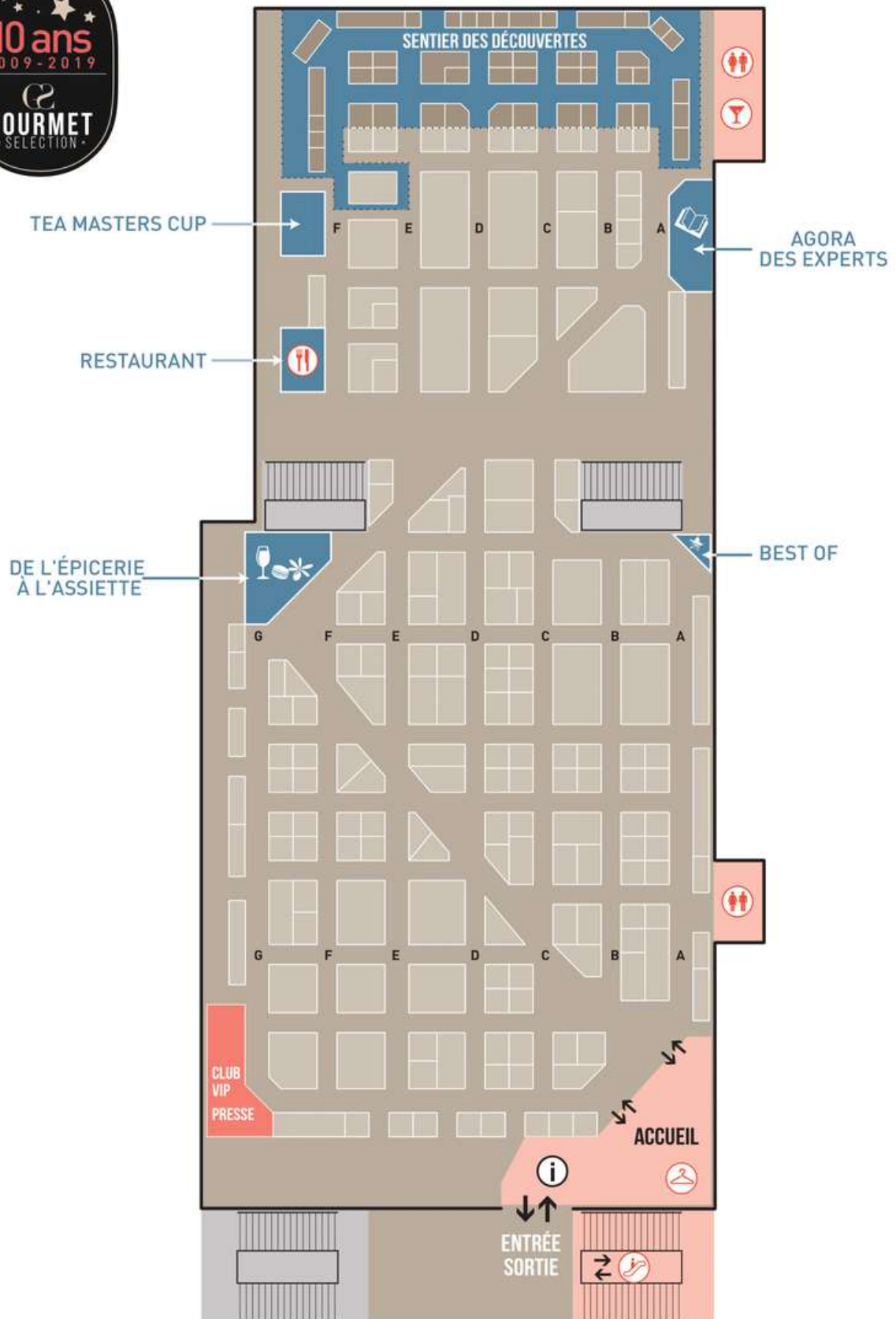
Les régions Bourgogne, Centre-Val-de-Loire, Flandres, Nouvelle Aquitaine, Occitanie et Provence sont particulièrement présentes

NOUVEAU : de nombreuses jeunes sociétés réunies dans le sentier des découvertes

4000 visiteurs attendus

- Professionnels du commerce de détail, de métiers de bouches, de la distribution et de l'hôtellerie-restauration
- Profils d'acheteurs (80 %) et de décideurs (20 %)
- 10 % de visiteurs européens

PLAN DU SALON



10 ANS GOURMET SELECTION



10 ANS D'EXPERTISE

Depuis sa première édition en 2009, Gourmet Selection s'est positionné sur la mise en avant de produits premium à destination des épicerie fines avec une ambition claire : devenir le lieu de référence pour faire se rencontrer producteurs et distributeurs. Chaque année, le salon attend 4000 visiteurs et accueille 370 exposants de produits gastronomiques et gourmands, de vins et spiritueux, d'accessoires quotidiens ou festifs. Pendant deux jours, les professionnels échangent et s'informent à travers les nombreuses animations et rendez-vous de qualité.

Gourmet Selection a trouvé sa place parmi les salons professionnels de référence grâce à son programme et son organisation, attirant ainsi un public de visiteurs et d'exposants qualifiés issus de divers horizons (distribution, hôtellerie-restauration, commerce de détail, métiers de bouche). L'événement propose des conférences et rencontres avec des professionnels avertis et experts englobant tous les enjeux et périmètres du secteur : problématiques métiers, questions juridiques et de réglementation, développement produits, services, etc. Commerces en lancement comme professionnels expérimentés de l'univers de l'épicerie fine trouvent toutes les réponses à leurs questions au cours de ces deux jours de rencontres.

10 ANS DE DÉCOUVERTES ET D'INNOVATION

Véritable baromètre du secteur de l'épicerie fine, Gourmet Selection a également bâti sa réputation sur la sélection de produits raffinés. Le salon répond aux attentes des épcuriens qui sont présents dans les épicerie fines, les confiseries, les salons de thé, les chocolateries, les caves, les boutiques d'art de vivre, les corners spécialisés de la grande distribution, les hôtels, les restaurants, etc. Véritable tremplin de visibilité et de notoriété pour les produits innovants et de qualité, Gourmet Selection s'attache à dévoiler le meilleur de l'épicerie fine depuis 10 ans.

Le concours Best Of, ouvert à tous les exposants, se présente comme le d'nicheur de pépites proposées par les artisans, producteurs et fabricants. Dévoilés en début de salon, les produits primés bénéficient d'une caution qualité et d'un bel argument de vente.

Les ateliers et animations organisées sur l'espace dégustation « De l'épicerie à l'assiette », en partenariat avec des chefs et partenaires de renom, permettent de faire déguster et découvrir les produits des exposants. Des temps forts très attendus des visiteurs en quête de nouveauté.

10 ANS DE PRODUCTEURS PASSIONNÉS

Si Gourmet Selection est devenu la référence des salons de produits gastronomiques raffinés, c'est aussi grâce à des producteurs de talent, véritables ambassadeurs de leur région et de leur terroir. Des jeunes pousses innovantes qui réinventent les modes de consommation, aux maisons de luxe, ils sont chaque année, de plus en plus nombreux à répondre présents à l'événement. Zoom sur le témoignage de quatre exposants fidèles à Gourmet Selection.

MARLETTE



Exposant historique du salon, Marlette est parfaitement représentatif des producteurs Gourmet Selection. Il s'agit d'une idée judicieuse de deux sœurs Margot et Scarlett, originaires de l'Île-de-Ré et élevées aux bons produits locaux et au fait maison. Ainsi est née Marlette : des préparations bio qui permettent aux gourmands de cuisiner de délicieux gâteaux en un minimum de temps !

Margot ingénieure en agro-alimentaire est passionnée par le développement durable et l'alimentation saine. Experte des matières premières, c'est elle qui déniche les meilleurs ingrédients et contrôle en permanence leur qualité avec toujours cette volonté de respecter les valeurs qui lui tiennent à cœur : « le goût, les valeurs nutritives, la provenance et le mode de culture des ingrédients ». Scarlett, elle, est passionnée de bons restaurants et même de « tout ce qui se mange » en général. Elle est en charge aujourd'hui du Marketing et du développement des Cafés Marlette.

C'est donc tout naturellement que Gourmet Sélection a choisi le Café Marlette du BHV Marais pour sa conférence de presse des 10 ans de Gourmet Sélection. En plus d'être un exposant historique, Marlette réunit en effet les valeurs du salon : authenticité, bien-manger, innovation, attachement géographique et familial, partage, convivialité et défense d'un certain art de vivre.

MAXIM'S DE PARIS, L'ART DE VIVRE À LA FRANÇAISE

Avec plus de 120 ans d'existence, Maxim's de Paris s'est affirmé comme un symbole intemporel et incontournable de l'art de vivre à la française, l'une des maisons les plus célèbres et les plus mythiques. En plus de son restaurant icônique, Maxim's propose une gamme d'épicerie sucrée composée de chocolats, guimauves, thés, confitures et autres gourmandises salées.



Depuis 2015, une nouvelle page s'écrit avec l'ouverture de 2 boutiques modernes, chics et élégantes dans un esprit « Belle-Epoque » : l'une située dans le cadre prestigieux du Carrousel du Louvre et l'autre, dans le quartier symbolique Butte Montmartre.

Dans la tradition et le respect de son histoire, Maxim's partage avec les gourmets le savoir-faire de producteurs et artisans français pour proposer des produits 100% Made In France ; et promouvoir le meilleur de la gastronomie de l'hexagone en revisitant les classiques de l'épicerie fine.

DOLFIN, MAÎTRE CHOCOLATIER BELGE

Chez Dolfin, le chocolat est une passion. Créée en 1989, l'entreprise Dolfin voit le jour avec, pour objectif premier, la personnalisation de chocolats « haut de gamme » pour les restaurants, hôtels, entreprises ou même pour d'autres chocolatiers soucieux d'offrir des produits de qualité à leurs clients. Bien vite, la marque lance ses propres tablettes de 70 grammes dans un packaging « pochette à tabac » inédit, ainsi que ses Napolitains, ces petits carrés gourmands qui se marient à merveille à l'arôme d'un café et qui deviennent rapidement l'emblème du savoir-faire des Maîtres Chocolatiers Dolfin.

La philosophie de la maison est de mélanger directement à la masse de chocolat des ingrédients naturels de haute qualité, ce qui lui confèrent une saveur plus raffinée et équilibrée. Cette technique permet les mariages (d)étonnants, comme celui du chocolat et du gingembre frais, du poivre rose, du thé Earl Grey ou de la lavande.

La société acquiert dès 2006 une dimension éthique en faisant de Dolfin la première chocolaterie belge certifiée « neutre en carbone ». En 2008, l'arrivée de la marque « Tohi », chocolat bio 100 % naturel et équitable, symbolise les valeurs et engagements de la société. Pour aller jusqu'au bout de la démarche, ses emballages sont fabriqués à partir de matériaux recyclables, les papiers et cartons sont issus de forêts gérées de manière durable. La maison s'engage également dans des projets de recyclages, afin de limiter la déforestation en Ouganda et en Tanzanie.



MILLE ET UNE HUILES, CONDIMENTS D'EXCEPTION



Mille et une huiles a été fondée il y a une vingtaine d'années par Catherine GILBERT-DIJOS, fille d'agriculteur et amoureuse des richesses de son terroir. C'est lors d'un voyage au Maroc qu'elle fait la découverte de l'argan, sans savoir que cela serait un de ses principaux produits dans le futur.

Catherine propose des huiles pour tous les goûts ! De nombreux produits d'épicerie salée se retrouvent également dans son univers du condiment, de l'apéritif et du repas... De quoi agrémenter les plats et « tapas » même les plus simples !

Depuis peu, une belle gamme d'épicerie sucrée vient parfaire l'offre sous la marque « Les Ateliers M ».

Les producteurs Mille et une huiles sont français, espagnols, italiens et grecs, à savoir situés sur le pourtour méditerranéen. Les produits sont transformés sur leur lieu de production afin d'être saisis à leur meilleure maturité. Respect, humilité et goût du travail bien fait, sont les valeurs que Catherine partage avec ses producteurs. L'authenticité est, pour ces passionnés, synonyme d'excellence.

Les produits Mille et une Huiles connaissent un réel succès en France mais aussi à travers le monde, auprès : les consommateurs canadiens et japonais sont notamment très friands de la qualité de cette maison.

10 ANS DE PRODUITS DE QUALITÉ

Focus sur les Best of

Gourmet Sélection, c'est aussi la mise en avant de créations et d'innovations de producteurs visionnaires et singuliers à travers le concours Best Of. Chaque année, le salon déniche et récompense les pépites de demain qui raviront et surprendront les fins gastronomes. Coup de projecteur sur quelques producteurs et leur Best Of qui ont marqué les esprits (et les palais) des dernières éditions !

2009

GALVANINA - Gamme de sodas bios

Des sodas bios, sans colorants, sans arôme artificiel et sans conservateur.

D'abord réservée à l'aristocratie italienne, l'eau Galvanina, reconnue pour ses grandes qualités digestives, a aujourd'hui conquis tous les continents !



À chaque gorgée, l'eau minérale naturelle Galvanina offre toute la saveur de l'Italie. Lentement filtrée par les monts Apennins, l'eau Galvanina jaillit de la source de mont San Lorenzo, naturellement enrichie en gaz et sels minéraux, dans un équilibre parfait. La marque a lancé différentes gammes de boissons gazeuses, boissons bio au thé froid avec une palette de saveurs des plus classiques aux plus originales : limonade, ginger ale, orange sanguine carotte noire et myrtille bio... Un véritable précurseur en 2009, entre tradition et modernité !

2011

FLORISENS - Cristaux d'huiles essentielles culinaires

Un pur concentré d'arômes pour assaisonner les petits plats du quotidien... comme des grandes occasions ! Toute la richesse aromatique du basilic, de la menthe poivrée, de la coriandre ou de la bergamote qui explose en bouche. La pulpe d'agave donne de la rondeur à la puissance des arômes fleuris, fruités, épicée ou verdurés, créateurs de sensations inédites, plaisantes ou saisissantes.



2011

ARTURO SANCHEZ E HIJOS - Jambon ibérique de Bellota réserve

Un incontournable de la gastronomie espagnole primé dans la catégorie coup de cœur des terroirs.

Ce produit offre une saveur et une persistance en bouche caractéristique des meilleurs jambons ibériques que les amateurs reconnaissent immédiatement. Un porc ibérique âgé d'au moins 18 mois et nourri à partir des fameuses « bellotas », des glands de chêne : voici les secrets qui se cachent derrière ce met d'exception représentatif d'un savoir faire authentique et traditionnel.



2013

GLOSEK GOURMET - Carat de Melon de Lectoure



Une innovation gourmande pour profiter de ce fruit estival toute l'année !

La ville de Lectoure a fait du melon sa spécialité, à tel point qu'elle lui a dédié une fête annuelle aux alentours du 15 août. Un fruit apprécié qui peut se déguster en entrée comme en dessert mais dont la saison est excessivement courte... La région du Gers étant aussi réputée pour ses conserves, c'est en toute logique que Glosek Gourmet a eu l'idée de lancer des pépites de melon confit, à la texture, couleur et saveur du melon frais !

2013

GÉNARD - Huile de noisette

Une huile prestigieuse au goût caractéristique de la noisette grillée.

Les huiles originales, à base de fleurs ou d'arachides sont devenues de véritables tendances culinaires permettant d'utiliser des lipides sains et gouteux. Précurseur, en 2013, Gourmet Sélection dénichait déjà une huile de noisette grillée. Délicieux froid comme chauffé, cet élixir permet autant de sublimer les plats salés que d'enrichir les créations sucrées : une polyvalence qui le positionne comme un incontournable de la cuisine des gourmets.



2015 CHRISTINE LE TENNIER® - Tartare du monde New Delhi

Préparation tartinable à base de haricots de mer, curry de madras et raisins.

Une fabrication artisanale, une sélection très rigoureuse des algues sauvages bretonnes, un mélange d'épices et d'aromates savamment dosé (oignon, huile de tournesol, gingembre, ail, curry de Madras, graines de moutarde, curcuma...) sont les clés de la richesse aromatique de ce produit à la fois doux et relevé. Il s'utilise en tartinable pour l'apéritif, s'incorpore dans une sauce crémée pour accompagner du poisson ou du poulet mais aussi dans des verrines (poulet, ananas...). Récompensé en 2015, ce produit était précurseur et révélait déjà de futures tendances de consommation perceptibles de nos jours : la part belle faite aux algues et une dose de métissage.



2015 KAVIARI - Pressé de Caviar à la Boutargue

Un condiment aux saveurs marines puissantes, né de l'alliance de deux mets d'exception.

Ce produit, à la texture compacte et au goût iodé intense, est composé à 50 % d'un assemblage de caviars compressés et à 50 % de boutargue grecque élaborée avec les meilleurs œufs de mulets au monde. Il accompagne les poissons, crustacés et Saint-Jacques, réalise de subtiles sauces avec de la crème fouettée, ou se déguste pur, sur des blinis ou des tranches de pain de campagne. La boutargue, déjà appréciée par les gourmets du monde entier depuis plusieurs siècles, connaît un véritable retour en force depuis quelques années. L'engouement pour la gastronomie italienne a contribué à la remettre au goût du jour, tout comme le patrimoine culinaire japonais, faisant la part belle aux saveurs iodées et à l'umami. Récompensé en 2015, ce concentré d'excellence et de luxe, présageait déjà le retour en force de la boutargue.



2017 JOE&AVREL'S - Crème de Safou

Créée à partir d'un fruit quasi inconnu en France et assaisonné de façon salée, une tartinaide et aide culinaire surprenante.

Le safou est une prune sauvage poussant principalement en Afrique centrale. Elle se consomme traditionnellement bouillie ou grillée avec une pincée de sel. La crème de safou sublime les apéritifs, en tartinaide, par son goût unique. Elle est aussi une excellente aide culinaire pour accompagner les viandes, poissons et créer des sauces. Particulièrement étonnante pour les palais occidentaux, cette crème récompensée en 2017 ouvre le champ de possible en cuisine, incite à la création et invite au voyage.



2017 JIMINI'S - Pâtes protéinées à la poudre d'insectes

Une autre innovation du plus célèbre criquet qui révolutionne l'alimentation.

Récompensées en 2017, ces pâtes sont tout à fait visionnaires et révélatrices des nouvelles pratiques alimentaires. Enrichies à la farine d'insectes, elles sont idéales pour remplacer une portion de viande ou de protéine végétale en assurant un repas équilibré. Avec 18,7% de protéines naturelles et 3 ingrédients (farine de vers buffalo, blé dur et œufs), il suffit d'accompagner ces pâtes légumes ou d'une sauce, pour atteindre les besoins nutritionnels. Fabriquées artisanalement à partir de 86% d'ingrédients issus de l'agriculture biologique, l'innovation va encore plus loin dans l'utilisation de sources alternatives et durables de protéines !



2018 R JUNCA - Foie gras de canard entier à la fleur de sel coque 250 g



Un classique sublimé par une innovation technique.

Nul besoin de présenter le foie gras, cet incontournable des tables festives ou originaires du Sud-Ouest, véritable ambassadeur des produits du terroir et de la gastronomie française. Cette version est assaisonnée à la main de fleur de sel après avoir été déveinée, avant d'être cuite doucement dans sa coque pour offrir une saveur et un fondant incomparables. Une redécouverte !

2018 BOUILLON BÚ - Bouillon chaud ou froid 100 % naturel et sans additif

Ce n'est pas un jus, ce n'est pas une soupe, c'est un bouillon à boire ou à cuisiner.

Ces bouillons sont bio, 100 % naturel, SANS additif, ni conservateur, ni arôme ajouté et fabriqués dans un atelier près d'Avignon. Le grand talent du chef, Eric Leautey, re-visite les bouillons de notre enfance et concocte sept références de bouillons à consommer seuls ou dans une recette originale et savoureuse. Préparés avec des légumes bio, ils peuvent se boire chauds ou froids ou même se déguster salés ou sucrés.



CONCOURS BEST OF

REMISE DES PRIX - DIMANCHE 22 SEPTEMBRE 2019
10 H 30 - ESPACE AGORA DES EXPERTS



Comme chaque année, Gourmet Selection récompense les meilleurs produits du salon à travers son concours Best Of de nouveau présidé par Vincent Ferniot. L'agence de design centdegrés, de son côté, mettra en valeur ces produits via une scénographie originale.

De plus amples informations sur les produits sélectionnés seront communiquées prochainement.

VINCENT FERNIOT

Une nouvelle fois ambassadeur du concours Best Of



Fervent défenseur du goût, des produits vrais et du savoir-faire des artisans et des petits producteurs, Vincent Ferniot rejoint une nouvelle fois l'équipe du salon Gourmet Selection en tant qu'ambassadeur et président du jury du concours Best Of.

Auteur de quatre ouvrages sur la cuisine, très populaire depuis l'époque de sa chronique Gourmande sur Télématin (France 2) et l'émission Midi en France (France 3), Vincent Ferniot a sillonné pendant plusieurs années les régions de l'hexagone à la recherche de pépites locales et de savoir-faire authentique. Aujourd'hui animateur pour Sud Radio, il est insatiable et incollable sur les spécialités du terroir, les recettes régionales et les bonnes adresses. Véritable passionné, il est aussi très proche du monde des chefs et anime depuis 20 ans, le célèbre concours mondial le Bocuse d'Or.

Personnage haut-en-couleur dont la verve n'a d'égal que son élégance, Vincent Ferniot est représentatif de l'art de vivre à la française, il est pointu, malicieux mais surtout expert. Sa personnalité comme ses connaissances le placent en ambassadeur idéal du concours Best Of avec une mission précise : celle de décrypter les tendances du marché et de désigner avec son jury les lauréats de chaque catégorie.

Cette année, le jury sera composé de deux journalistes, deux influenceurs et un chef pâtissier.

FOCUS SUR L'ESPACE BEST OF

Afin de mettre en avant les produits de l'épicerie fine récompensés cette année, l'Agence centdegrés a décidé de faire de l'espace Best Of une cuisine, lieu emblématique du goût, des saveurs, de la dégustation et du partage.

L'objectif ? Plonger le visiteur dans une découverte pleine de surprise grâce à un décor impactant et modulable.

Impactant d'abord par son style graphique qui attisera la curiosité, même de loin, avec un jeu de perspectives.

Modulable aussi grâce à des astuces qui permettront d'adapter l'espace en fonction du nombre de lauréats.

Autour d'une table accueillante, les visiteurs seront invités à découvrir les produits récompensés dans un décor de cuisine privée de chef.

AGENCE CENTDEGRÉS

Fondée en 1988 par David Nitlich et Elie Papiernik, centdegrés est l'agence internationale d'intelligence de marque, de création et d'architecture (design, graphisme, retail, architecture, production, digital & innovation). Elle conjugue réflexion, anticipation et action pour voir loin, et faire bien.

D'origine française, centdegrés se distingue par son multiculturalisme (8 nationalités différentes), son expérience et son expertise démontrées à l'international: implantation originelle à Hong Kong et présence depuis des années avec des équipes en propre à Shanghai, Pékin, Canton, Chengdu, Hong Kong, Shenzhen, Bangkok, Ho Chi minh, Séoul, Sao Paulo, Dubai, Casablanca, Madrid, Genève et bien sûr Paris.

L'agence est experte des marques qui construisent du lien émotionnel et gère un portefeuille de grands comptes internationaux et de nombreux clients locaux dans toutes ses entités.

- Pôle Conseil regroupant les métiers de la prospective, du marketing de croissance, de la stratégie de marque et du marketing client
- Pôle Design regroupant les métiers de l'identité visuelle, du graphisme, du design, du merchandising, de la scénographie et de l'innovation produit
- Pôle Architecture regroupant l'architecture, l'architecture d'intérieur et le « Digitail »
- Pôle Activation regroupant les métiers du web, du digitail, de la communication communautaire et de la production de film tv et web

LES RENDEZ-VOUS BEST OF À NE PAS MANQUER

- 10h30 : remise des prix
- 11h30 : inauguration de l'espace Best Of

CONCOURS LES QUINTESSENCES

REMISE DES PRIX - LUNDI 23 SEPTEMBRE 2019
10 H 30 - ESPACE AGORA DES EXPERTS

RAPHAËLE MARCHAL

Une nouvelle ambassadrice pour un nouveau concours



Révélee par son blog et devenue chroniqueuse culinaire, passionnée de gastronomie et du savoir-faire de belles maisons, Raphaële est le parfait symbole de la génération de millénials pour lesquels « le bien manger » est devenu un réflexe.

Lancé en 2014, son blog En rang d'oignons est élu meilleur blog gastronomique par les Golden Blog Awards de la même année. Le lendemain, le Guide Michelin l'appelle pour lui proposer d'écrire dans son webzine... c'est ainsi que débute la carrière de Raphaële devenue aujourd'hui incontournable en la matière.

Élue quatrième personnalité la plus influente de la gastronomie dans les vingtenaires par Atabula (juste derrière trois chefs), Raphaële ne compte plus les collaborations : Fou de Pâtisserie, Fou de Cuisine, le Fooding, apparitions sur Paris Première l'émission de François Simon, Mint... avant de devenir chroniqueuse culinaire sur C8 dans l'émission William à Midi et pour BFM Paris. Elle est aussi l'auteur d'un premier ouvrage, À la folie, qui sera bientôt suivi d'un second.

Surdouée, pédagogue et adepte de l'autodérision en toute circonstance, Raphaële travaille sérieusement sans se prendre au sérieux. Fervente défenseuse des bons produits, du savoir-faire des artisans et des petits fabricants, de la gastronomie française comme étrangère, elle sait également repérer les nouveaux concepts prometteurs.

Si ses connaissances et sa passion sont un véritable atout, sa personnalité décalée et visionnaire en fait également une seconde ambassadrice de choix pour Gourmet Selection, cette fois du côté des distributeurs. À l'occasion des 10 ans, Raphaële aura pour mission de récompenser les initiatives qui font briller la profession : les meilleurs concepts de distributeurs de produits fins et gourmets qu'il s'agisse d'épicerie fine, d'hôtels, d'espaces de dégustation, de cafés, de restaurants... Une première !

Plus d'informations sur le concours Les Quintessences prochainement.

ÉTUDE DE MARCHÉ 2019

« LA DISTRIBUTION D'ÉPICERIE FINE À L'HORIZON 2022 »
SYNTHÈSE ISSUE DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ XERFI*

L'ÉPICERIE FINE : UN MARCHÉ INTEMPOREL



Synonyme de proximité et de qualité, l'épicerie fine compte parmi les marchés alimentaires les plus dynamiques. Force est de constater que, malgré les variations du pouvoir d'achat, les ménages n'arbitrent pas leurs dépenses en sa défaveur. Estimé entre 7 et 9 milliards d'euros, ce marché reste porteur et ses perspectives de croissance semblent inépuisables. Les produits gourmets et fins, sont un luxe accessible auquel les français ne souhaitent pas renoncer, que ce soit au moment des fêtes de fin d'année, ou encore pour les petites et grandes occasions. Les français, y compris au sein des jeunes générations en quête de sens et de valeurs, sont attachés à la préservation du patrimoine culinaire et des savoir-faire régionaux. Il ne s'agit donc pas d'un simple effet de mode, comme le prouve l'âge des grandes maisons d'épicerie fine.

L'ensemble de la profession se porte bien : les ventes du secteur sont estimées à 1,5 milliards d'euros et le chiffre d'affaire des enseignes leader a progressé de 2,5% en 2018. La bonne santé du marché est aussi prouvée par des ouvertures récentes de grands magasins d'envergure : La Grande Epicerie Rive Droite, Le Printemps du Goût, Food Court des Galeries Lafayette Champs Elysées ou encore Eataly.

Qu'il s'agisse de concepts multimarques tels que les magasins cités précédemment ou bien monomarques comme Petrossian, les maisons d'épicerie fine disposent d'un véritable atout : leur marque forte. Souvent centenaires, ces maisons disposent d'une identité marquée et singulière qui concourt à créer une valeur affective auprès de leur clientèle. Caractérisées par l'unicité de leur offre et capable de trouver le juste équilibre entre innovation et tradition, les épicerie fines se démarquent et résistent, en apportant à leurs propriétaires un véritable potentiel de développement.

LES FRANÇAIS EN QUÊTE DE SENS ET DE « BIEN MANGER »

L'activité des épicerie fines correspond aux aspirations des français. Ces derniers sont en effet de plus en plus vigilants sur la qualité et la provenance des produits, mais aussi attentifs à la proximité, à l'accueil et au conseil. Ces valeurs rejoignent parfaitement le positionnement des commerces d'épicerie fines. Impactés par les campagnes de sensibilisation liées à la santé publique depuis une vingtaine d'années, les français sont de plus en plus conscients de l'impact de leur alimentation sur leur santé. En outre, les différents scandales alimentaires très médiatisés ont altéré leur confiance dans les produits de grande consommation, ce qui se ressent dans leur comportement d'achat. L'arrivée d'applications mobiles et sites apportant des repères nutritionnels (Yuka, Open Food Facts, etc) ont exacerbé cette préoccupation pour les produits sains ou du moins de qualité. Parmi les différents critères, avant de passer à l'acte d'achat, les français portent leur attention sur la nature des produits (ingrédient, traçabilité des matières premières, apports nutritionnels), mais aussi sur leurs modes de production (utilisation de produits chimiques, respect du bien-être animal, garantie d'une rémunération juste pour les producteurs, etc).

*mars 2019

C'est donc tout naturellement que les consommateurs dirigent leur préférence vers des produits sains (bios par exemple), les produits gourmets (reconnus pour leur qualité) ou encore du terroir qui se veulent rassurants. Les spécialités régionales et la notion de terroir sont associées à un savoir-faire traditionnel et authentique qui est synonyme de repère culturel et identitaire : ce sont des produits chargés d'histoire et de sens. Si le prix reste le critère le plus déterminant pour 77% des français dans lors d'une décision d'achat alimentaire, 43% déclarent s'attacher avant tout à la qualité gustative et 31% à la provenance, des chiffres qui prouvent une évolution des mentalités positive en faveur des épicerie fines.

Dans cette mouvance, les consommateurs se tournent vers des commerces en mesure de les informer et de les rassurer sur l'origine des produits et leur qualité, des notions maîtrisées par les épicerie fines, d'autant plus lorsque celles-ci sont intégrées à la production en amont. Le commerce de proximité, en particulier en centre-ville est au cœur des attentes des français et ce, en raison des évolutions géographiques (urbanisation, métropolisation de l'emploi, accélération du rythme de vie, augmentation du nombre de personnes vivant seules...). L'implantation est devenue un critère de choix, après le prix et la qualité, ce qui pénalise fortement les grandes surfaces de périphérie qui perdent du terrain au profit des petits commerces de bouche et autres supermarchés urbains.

QUELLES PERSPECTIVES D'ICI 2022 ?

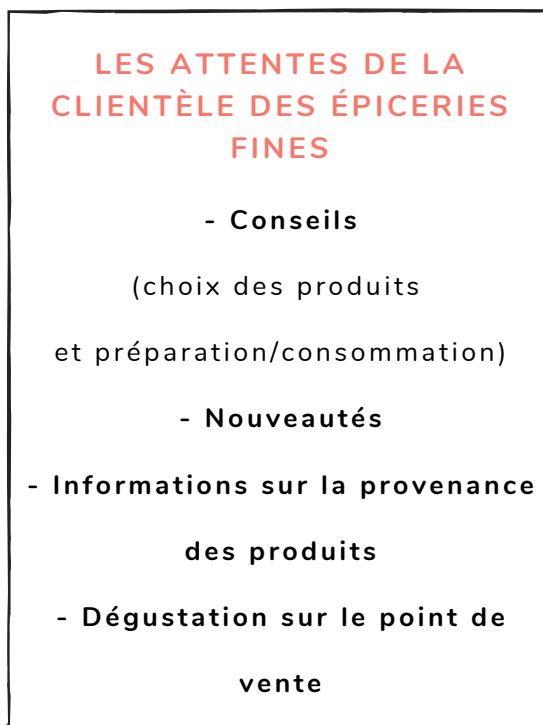
Grâce à leur capacité à se régénérer tout en conservant une marque forte, les prévisions des activités des épicerie fines sont encourageantes. Le chiffre d'affaire des enseignes leader devrait augmenter de 3% à fin 2022, celui des épicerie indépendantes de 2,5%. La profession devra cependant veiller à la concurrence des boutiques mono-produits haut-de-gamme et des sites de e-commerce.

L'engouement des français pour le bien manger, les petits commerces de bouche traditionnels et les épicerie fines ne fera que se renforcer. Le parc de proximité des enseignes de grande distribution, concurrent, ne progressera plus aussi vite que par le passé, et se concentrera plus sur ses rayons stars : la BIO et le snacking. À moins qu'un événement majeur ne perturbe l'activité, la fréquentation touristique en France devrait rester sur une tendance de croissance structurelle : une véritable opportunité pour les grandes maisons d'épicerie fines situées au cœur des grandes villes et aéroports, mais aussi pour les petites épicerie fines indépendantes plutôt axées sur des produits régionaux.

Déjà initiés par plusieurs grandes maisons d'épicerie fines, plusieurs vecteurs de développement seront à saisir par l'ensemble de la profession d'ici 2022. Les épicerie fines, devront diversifier leur activité en proposant des concepts propres et en adéquation avec leur marque forte et positionnement. Afin d'exploiter pleinement leur potentiel et générer une véritable valeur ajoutée, les points de vente gourmets pourront se développer à travers quatre principales dimensions :

- **L'extension de l'offre sur des marchés** directement liés à leur activité d'origine comme par exemple un espace de restauration, des prestations traiteurs, des ateliers dégustations, etc. Les épicerie fines pourront également se développer à travers de nouveaux vecteurs d'influence renforçant l'expérience client comme Fauchon qui a par exemple inauguré un hôtel cinq étoiles à Paris, premier d'un réseau international de 20 autres établissements.

- **La diversification de la cible**, sur un marché B2B par exemple. Au-delà des traditionnels services de cadeaux d'affaires, il sera par exemple possible de développer une offre événementielle telle que l'organisation de réceptions à destination des entreprises, à la manière de Lenôtre, ou encore un service de formation et conseil réservé aux professionnels des métiers de bouche.
- **Le développement de nouveaux formats de distribution** qui a déjà été initié par de nombreux acteurs de la profession à travers notamment un site de e-commerce et la livraison à domicile de produits gourmets. Les dispositifs web to store seront également à travailler avec par exemple des services de « click and collect », afin de faire bénéficier aux consommateurs des avantages du web (rapidité, filtrage de l'offre...) et du point de vente (accueil, conseil, etc).
- **L'ouverture géographique** est également, sans surprise, un levier de croissance déjà intégré par les grandes maisons, mais qui est également une bonne pratique à saisir pour les épiceries indépendantes. L'exportation du patrimoine culinaire français est une belle opportunité qu'ont déjà saisie les enseignes d'épiceries fines via des ouvertures de points de vente dans les capitales étrangères. Les plus petits commerces, pourront quant à eux développer la vente en ligne comme le font déjà la majorité des grandes maisons.



INFORMATIONS CLÉS DU SECTEUR

Un marché porteur estimé 7 à 9 milliards d'€

Marché alimentaire le plus dynamique

Reprise de l'activité touristique

CA épicerie fine pour 2019-2020 :

+3% par an pour les enseignes leaders

+2% pour an les boutiques indépendantes

Croissance du CA estimé à + 3,5 % d'ici 2022

5 300 épicerie fines en France

L'ÉVOLUTION DE LA CLIENTÈLE DES ÉPICERIES FINES

- Cibles montantes :

millennials 18-34 ans

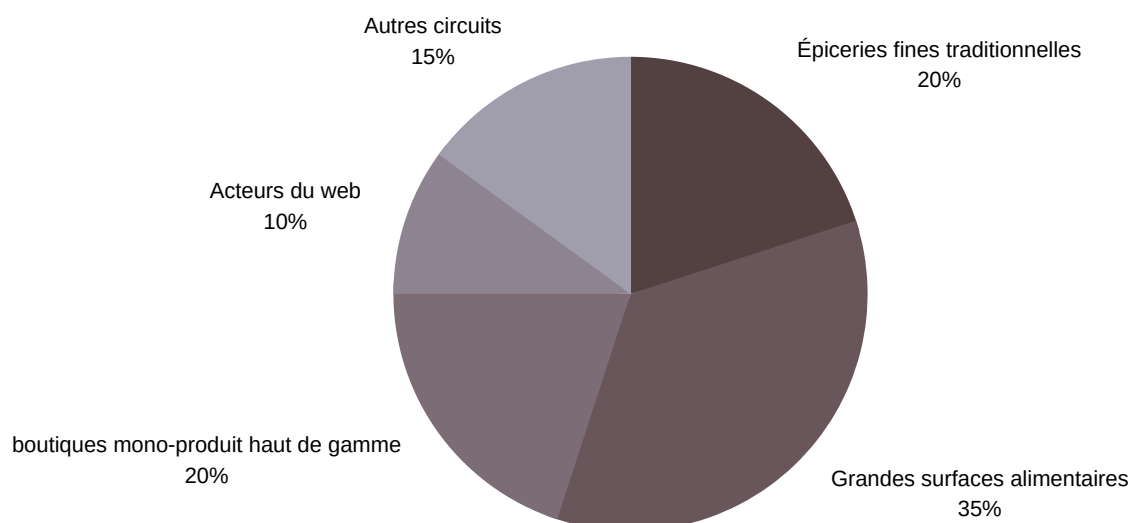
jeunes seniors 55-70 ans

- Cibles en perte de vitesse

seniors - plus de 70 ans

comités d'entreprises

Le poids des principaux circuits sur le marché de l'épicerie



LE PROGRAMME 2019

PROGRAMME SOUS RÉSERVE DE MODIFICATIONS

« DE L'ÉPICERIE À L'ASSIETTE »

L'animation "De l'épicerie à l'assiette" offre, pendant les deux jours du salon, une mise en situation des produits proposés par les exposants du salon.

C'est l'occasion parfaite pour les épiciers fins, commerçants spécialisés, restaurateurs, chefs et professionnels de l'hôtellerie, de découvrir rapidement, en un seul espace, les nouveaux produits à découvrir absolument dans les allées du salon.

Toutes les utilisations possibles du produit, les associations à envisager, sont explorées pour ensuite transmettre ces informations à la clientèle en boutique ou à appliquer dans les restaurants. Tout simplement comment faire passer les produits... de l'épicerie à l'assiette !

LES CHEFS ANIMATEURS

Romain Le Cordroch



Originaire de Bretagne et plus précisément du Morbihan, Romain fait ses classes chez certains des plus grands Chefs français : Jacques Chibois à Grasses, Rabanel à Arles, sous-chef de Joël Robuchon à Paris, sous-chef au Violon d'Ingres, le restaurant étoilé de Christian Constant et sous-chef au Palace parisien le Royal Monceau. Il décide de partir découvrir le monde pendant trois ans et demi : Shanghai, Saint Barthélémy, l'Australie et le Brésil.

Il revient alors en France et occupe successivement le poste de Chef d'un restaurant étoilé en région parisienne pendant plus de trois ans, puis le poste de Chef exécutif de l'Hôtel Bachaumont dans le cœur de Paris.

Il occupe désormais le poste de chef de cuisine au restaurant Mumi, où il réalise des créations voyageuses. Fort de ses expériences, il propose une cuisine d'auteur moderne et colorée, tournée vers le monde entier. Les épices et le végétal sont des marqueurs importants de son univers.

François Gagnaire

Né en Haute Loire en 1967, François Gagnaire sait dès son plus jeune âge qu'il sera cuisinier. Il commence son apprentissage à l'École Hotellière de Saint-Chély-d'Apcher en Lozère et fait ses armes aux côtés de grands chefs tels que Alain Chapel, Pierre Gagnaire auprès duquel il œuvre dans ses trois maisons, ou encore Guy Lassausaie et Philippe Chavent. Ses expériences donnent à François le désir de voler de ses propres ailes. En novembre 2001, il retourne dans sa région natale, la Haute Loire, qu'il aime tant et ouvre avec sa femme Isabelle, son premier restaurant gastronomique au premier étage de l'Hôtel du Parc**** dont il a la gérance également. François se voit récompensé d'une étoile au Guide Michelin en 2006 et reçoit en 2009 le titre de Chevalier de la Médaille de l'Ordre National du Mérite.



Après quatorze ans dans son établissement, François rêve d'un nouveau challenge qu'il trouve en devenant le Chef Exécutif de l'Hôtel du Collectionneur-Arc de Triomphe***** à Paris. Fin novembre 2015, il écrit un nouveau chapitre à son histoire culinaire avec l'ouverture de son bistrot Anicia, au 97 rue du Cherche Midi dans le 6^e arrondissement de Paris. Ce nom Anicia n'a pas été choisi au hasard ; c'est le nom latin de l'ancienne ville romaine du Puy-en-Velay ainsi que le nom de la Lentille Verte du Puy, première légumineuse AOP. François fait ainsi découvrir ou redécouvrir aux parisiens le terroir de la Haute Loire et de l'Auvergne, en proposant une cuisine authentique, travaillée avec des produits issus de circuit court. À travers sa cuisine, François cultive le culte du goût, du simple et du bon, avec des produits frais, régionaux et de saison. Il privilégie le produit brut et le végétal domine ses assiettes.

Denny Imbroisi



Denny et la cuisine, c'est une histoire de famille. Dès l'âge de 14 ans, il s'initie aux recettes traditionnelles italiennes dans les cuisines de son père à Mantoue, puis décide d'en savoir plus. Il se perfectionne donc dans le premier restaurant italien à obtenir 2 étoiles au guide Michelin, le San Domenico à Imola, où il apprend à créer des pâtes fraîches avec rigueur et précision, avant de découvrir la cuisine moderne chez Corrado Fasolato à Venise.

Depuis ses débuts, c'est en réalité la gastronomie française qui le fait rêver. Il traverse donc les Alpes pour travailler à Menton auprès de Mauro Colagreco (2 étoiles Michelin).

S'ensuivent deux années pleines de découvertes (les agrumes du jardin, les herbes et les fleurs du potager, qu'ils cueillent ensemble le matin même...). Puis direction Paris, Ze Kitchen Galerie plus exactement. Là, il apprend aux côtés du chef William Ledeuil à laisser libre-court à sa créativité, à expérimenter des jeux de textures, de nouveaux modes de cuisson et des associations de saveurs inédites.

C'est à cette période qu'il intègre l'émission Top Chef, où son inventivité et sa technique en font un candidat redoutable.

À la sortie du concours, Denny rejoint l'équipe du Jules Verne, la table étoilée d'Alain Ducasse située au deuxième étage de la tour Eiffel. En tant que sous-chef, il découvre les rouages de la gestion d'une brigade d'une trentaine de personnes. Une expérience qui lui servira dans l'ouverture de son premier restaurant, IDA, en 2015. Ses deux amours se marient dans ce restaurant : l'influence française partage l'affiche avec des plats traditionnels italiens tels que l'inimitable carbonara ou encore des risottos.

En octobre 2017, il inaugure Epoca, une trattoria au décor inspiré de l'époque Art Déco, où il se concentre sur l'authentique cuisine italienne. Au menu : il valorise les recettes traditionnelles des différentes régions pour une régalaie généreuse et rassurante. Depuis janvier 2019, il pose ses casseroles dans en plein cœur du Marais avec son petit nouveau : Malro, une néo-brasserie méditerranéenne.

PROGRAMME DES ANIMATIONS CULINAIRES - en cours

En 2019, les animations culinaires tourneront autour des thématiques en lien avec l'assaisonnement des plats, comment cuisiner avec le thé, créer des snacks sains et gourmands. À travers les recettes proposées, Gourmet Selection accordera également une attention particulière à plusieurs temps forts du repas : alliances avec le fromage, le dessert avec les gâteaux de fruits, etc.

Enfin, plusieurs « régions » reconnues pour leur gastronomie et leurs spécialités singulières seront mises à l'honneur : l'Italie et le Liban.

Dimanche 22 septembre 2019

10h30 - 11h30 - "Chocolat & pois chiches : le mariage harmonieux"

- une mousse au chocolat sans œufs, oui c'est possible
- le gâteau magique sans farine et sans gluten

Animé par Stéphanie Bartczak, fondatrice de La Véganista et consultante culinaire 100 % végétale

15h30 - 16h30 - Fromage et alliance animé par Hugues Foucher, avec la FNDECB

14h - 15h - Atelier gâteaux 100 % fruits de la Ferme de Longchamp

Animé par Atef Barbouche, co-fondateur de LFL - La ferme de Longchamp, avec Saveurs Commerce

Avec Atef Barbouche, le métier de primeur entre dans une nouvelle dimension. Véritable enchanteur des fruits et légumes, il propose des créations innovantes et gourmandes qui font fureur sur les réseaux sociaux. Après un CAP pâtissier, Atef a choisi de reprendre l'entreprise familiale et a su allier sa passion au métier de Primeur en créant par exemple des gâteaux avec uniquement des fruits. Pour réaliser ses œuvres il a investi dans un laboratoire au sous-sol du magasin où il se consacre maintenant à temps plein, le carnet de commandes ne désempissant pas. Une success story à l'image de la nouvelle génération de primeurs qui fait évoluer le métier de façon positive. Atef Barbouche est aussi un ambassadeur de la profession, il tient à partager son savoir-faire avec ses confrères et n'hésite pas à aller à leur rencontre pour les fédérer. Cet été il organise un road trip avec un camping-car aux couleurs fruitées accompagné de confrères - artistes des fruits et légumes - et sera présent dans plusieurs MIN de France. À suivre sur www.monprimeur.com.

Lundi 23 septembre 2019

12h - 13h - Les produits libanais

14h - 16h - Les produits italiens, par le chef Denny Imbroisi, avec l'ICE

L'AGORA DES EXPERTS

Programme sous réserve de modifications

Dimanche 22 septembre 2019

12h - 13h - Conférence animée par l'AVPA (Association de valorisation des produits agricoles)

14h - 15h - Présentation de l'étude sur le marché de l'épicerie fine

Animé par Xerfi

Xerfi est un institut d'études privé. Il est spécialisé dans l'analyse économique sectorielle en France et à l'international, l'analyse concurrentielle, la macro-économie et la conjoncture, les études ad'hoc, les enquêtes de conjoncture et les prévisions professionnelles

Lundi 23 septembre 2019

11h45 - 12h15 - Conférence « Métiers de bouche : savoir capter et fidéliser votre clientèle »

Les générations Z et millénials recherchent des options de restauration adaptables, faciles à consommer sur place ou à emporter pour se restaurer en se déplaçant.

Réservation en ligne, click & collect, mise à disposition d'applications mobiles, mais aussi demande de produits sains, végétariens, sans gluten, sans allergènes... doivent rentrer aujourd'hui dans la réflexion des professionnels pour capter et fidéliser leur clientèle.

Animé par Pascal Bardot, directeur de la relation Client chez Cerfrance Savoie et Haute-Savoie, animateur du groupe National Cerfrance Veille Économique et Prospective ACS (Artisans, Commerçants, Services)

Cerfrance est l'acteur référent du CONSEIL et de l'EXPERTISE COMPTABLE. Succès, performance, croissance... Les crédos des entrepreneurs sont aussi les nôtres. Depuis 60 ans, nos 12 000 collaborateurs accompagnent la réussite de 320 000 créateurs et chefs d'entreprise. À travers 700 agences sur tout le territoire, des offres exclusives et des services en ligne, nous donnons à nos clients tous les moyens de faire grandir leurs projets.

14h - 15h00 - Conférence « Inventer l'épicerie fine de demain, innover pour séduire, pour réveiller les sens, pour créer une nouvelle expérience consommateur »

Animé par l'agence centdegré

Innovation produit : Inventer les produits de demain. Le Food Design au service de l'épicerie fine, quelles sont les tendances et les méthodes utilisées pour inventer de nouveaux produits, de nouvelles gestuelles, etc. (présentation d'un cas agence concret)

Innovation retail : Inventer l'épicerie fine de demain. Benchmark international des best practice en innovation retail

15h15 - 15h45 - La formation, animée par la FNDECB

16h - 16h30 - La profession, animée par la FNDECB

16h45 - 17h15 - L'assurance, animée par MAPA et la FNDECB

TEA MASTERS CUP

Le championnat dédié au service du thé revient pour sa seconde édition au Salon Gourmet Selection. Le concept ? Des maîtres de thé professionnels issus principalement de l'hôtellerie restauration s'affrontent devant la fine fleur de l'épicerie fine et des gourmands.



Le cycle 2019 de l'édition française retiendra cette fois trois catégories. Chaque catégorie contient deux épreuves : l'épreuve du Tea Master où le candidat a carte blanche dans le cadre des règlements, et l'épreuve de l'Organisateur où certaines contraintes lui sont imposées (ingrédient, ustensile...). Le candidat anime lui-même sa démonstration en expliquant sa démarche et ses choix au jury.

- **Préparation du Thé** : le candidat doit montrer son interprétation de l'infusion et du service d'un thé. C'est l'occasion d'emmener le jury dans l'univers d'une cérémonie personnalisée
- **Accords Thé & Mets** : en plus du thé, le candidat doit préparer et présenter une collation sucrée ou salée qui donne à l'ensemble une dimension gastronomique
- **Mixologie du Thé** : c'est la seule catégorie qui accepte des infusions et des mélanges parfumés parmi les ingrédients. Le but est de créer une boisson à base de thé, alcoolisée ou non, chaude ou froide...

Nouveauté 2019 : la catégorie Mixologie incarne l'esprit Tea Masters Cup en fédérant des jeunes (20-40 ans) amoureux de beaux et bons produits, à l'esprit aussi festif qu'exigeant. Tea Masters Cup France se veut ainsi une plate-forme de rencontre inter-produits où se réinventent les boissons chaudes et froides.

Jury 2019

Un jury d'expert présidé par Lydia Gautier et Carine Baudry.

Les vainqueurs nationaux de la compétition représenteront ensuite la France à la Tea Master Cup Internationale. En 2018, le vainqueur de la catégorie Accords Thé & Mets a décroché la médaille de bronze de la compétition internationale qui s'est déroulée au Vietnam.

Pays de gastronomie et cinquième importateur européen de thé, la France est un pays incontournable pour le secteur. Le thé séduit un tiers des français et représente le segment le plus dynamique des biens de grande consommation (Etude Euromonitor, février 2018). Le marché du thé a augmenté de 6,6 % en 2017 et cette croissance n'est pas près de s'arrêter, notamment grâce aux thés dits premiums (thés d'origine, feuilles entières, etc).

LES EXPOSANTS ET MARQUES

1001 Perles

A L'olivier

Aff - M. De Turenne

Agence De L'alimentation Nouvelle-Aquitaine

Agroé

Al Dente La Salsa

Alain Milliat Sas

Andre Boyer

Antiche Delizie

Apogei Sarl

Arbizu

Area Occitanie

Arel Maitrank

Argaud Sarl

Arnaud Soubeyran

Arosteguy (Maison)

Artesanos Mendez

Arvum

Atelier Bernard Marot

Atelier Jeantaine

Atelier Tb

Bacoma Créations

Bag & Pack

Baronny's Thés & Infusions

Barthouil

Bellorr

Bidaian

Biscotterie La Chanteracoise

Biscottificio Antonio Mattei Dal 1858

Biscuiterie Artisanale Farrugia

Biscuiterie De Provence

Biscuiterie Jeannette 1850

Biscuits Billeau

Bocalerie Des Gourmets

Bodegas Izadi

Bon Vivant

Bon Vivant - De Kroes Feuilletage

Bonbons Barnier

Bouchon De Bordeaux

Bovetti Chocolats Sas

Brasserie Meteor

Bruni Glass France

Cacao Crudo

Cafe Tasse

Cafes Henri

Calissons Léonard Parli

Calle El Tato

Calugi Srl

Carlota's

Casas De Hualdo

Castaing Foies Gras

Castelas Sarl

Catrice Gourmet

Caviar De Neuvic

Caviar Perle Noire

Caviar Sturia

EXPOSANTS ET MARQUES

Cci Du Luxembourg Belge

Cepasco Spigol

Ceromi

Cgf Charcuterie Sas

Champagne G.M. Herard

Charles Chocolartisan

Chateau D'estoublon

Chatillon Chocolatier

Chez Ce Cher Serge

Chic Des Plantes !

Chocolat Chapon

Chocolat De Beussent

Chocolat Mathez

Chocolate Organiko

Chocomiaou®

Christine Le Tennier

Ciao Gusto

Cibele

Cidre Fournier - Fournier Freres Sarl

Coloma Garcia

Comite De Promotion Npdc

Compagnie Coloniale

Compagnie Des Saveurs

Comptoir Du Cacao

Comptoir Français Du Thé

Comptoirs Richard

Confiserie Adam

Confiserie Andre Boyer

Confiserie De Medicis

Confiserie Florian

Confiserie Stanislas

Conservas Artesanas Rosara S. L.

Conserverie Au Bec Fin

Conserverie Gonidec

Conserverie Groix Et Nature

Conserves Miset

Corpa

Cur'caraibes

Dasi Freres

De Beauvoorder Pate

Debailleul

Delices Saint Orens

Des Hommes Et Des Boeufs

Dev'up Centre - Val De Loire

Distillerie Artisanale Gervin

Distillerie Clovis Reymond

Dolfin Sa

Domaine Des Terres Rouges

Domaine Laffitte

Don Bardem

Don Gastronom Spain

Ducs De Gascogne

Dunoon Ceramics Ltd

Dynamique Provencale

Eau Bouleau

Egidio Bedogni

EXPOSANTS ET MARQUES

Elixia	Happy Lab Premium Teas And Infusions
Emma's Corner	Happy Plantes
Epices Max Daumin	Haricot Tarbais
Erwan Lucas - Maison Lucas Eurl	Hedene
Espace Provence - Friaa	Henaff Selection
Esprit Provence	Heritage Food Brands
Etablissements George Cannon	Huile D'olive D'andalousie Picualia
Evootrade Sl	Huile D'olive Vierge Extra Bio - Isul
Excel Foie Gras Sas	Huilerie Croix Verte
Favols	Icex España Exportación E Inversiones
Federation Des Epiciers De France	Il Borgo Del Balsamico
Ferme Chapelle Saint-Jean	Isul - Huile D'olive Vierge Extra Bio
Fiby	Jambons Oliveras
Fondo Montebello	Jc David
Francois Doucet Confiseur	Jcg Cooking
Gimber	Jean Francois Furic Sas
Gin De Binche	Jumi Ag
Globexplore	Jusre
Glosek Gourmet	Kafé Naka
Goulibeur	Kalios
Gourmandise Sl	Karine&Jeff
Gourmet & Co	Kaviari
Graine De Choc	La Boite En Fer
Grano Ladies	La Cave Delobel & Fils
Groupe Adine	La Chambre Aux Confitures
Gulius - Mediterranean Select	La Collina Toscana
Hacienda Queiles	La Cour D'orgeres
Hainaut Developpement	La Limonaderie De Paris

EXPOSANTS ET MARQUES

La Maison D'armorine
La Maison Du Miel Paris
La Maison Kyrëgal
La Plantation
La Quercynoise
La Sablésienne
La Truffe Du Ventoux
La Via Del Te' Dal 1961, Firenze
L'abeille Diligente
Lafitte
Laguilhon Foies Gras
L'amandier De Marius
L'armoire A Conserves
L'atelier Des Gourmands
L'atelier Des Gourmets
L'atelier Du Poissonnier
Lc Company
Le Baume De Bouteville
Le Chocolat Des Francais
Le Chocolatier Sablais
Le Dauphin
Le Mas Des Confitures
Le Monde De L'epicerie Fine
Le Père Craquant
Le Petit Duc
Le Salidou
L'epicurien
Les Abeilles De Malescot
Les Anis De Flavigny
Les Ateliers M
Les Babas De Saint-Malo
Les Biscuits De Mel
Les Biscuits Mademoiselle
Les Delices De Saint Orens
Les Dés Du Berger
Les Eaux Minérales De Velleminfroy
Les Jardins De Gaia
Les Jardins De L'ocean
Les Jus D'elo
Les Maîtres
Les Plantes Du Domaine De Saint Gilles
Les Precieuses
Les Rouleaux De Phébée
Les Ruchers Du Luberon
Les Saveurs Granvillaises
Libeluile
Lo Corti De Savoie
Lolailo
Longuesserre
Ma Confiture
Ma Confiture De Noel
Maffren Confiseur
Maison Boutarin
Maison Brasson
Maison Combes
Maison Dessis

EXPOSANTS ET MARQUES

Maison Drans

Maison Francis Miot

Maison Guinguet

Maison Martin - Le Piment Français

Maison Naja

Maison Pecou

Maison Perrotte

Maison Petricorena

Maison Suzanne

Maison Toussaint Fabricant

Maison Wurfel

Maison-Fouquet

Mam Bio

Mange Tes Graines

Mapa Assurances

Marc Peyrey Sarl

Marche Hauts-De-France Sas

Marius Bernard

Marlette

Marylou Patisserie De La Plage

Mathez

Maubet

Maxim's De Paris

Mazet De Montargis

Memmi

Meracinque

Mes Petites Gourmandises

Mes P'tits Chutneys

Mestral - Huile D'olive Et Condiments

Michel Chatillon

Miel Martine

Mille Et Une Huiles / Les Ateliers M

Mon Pari Gourmand

Mon Pari Gourmand (Paris-Caramels)

Monbana Chocolaterie

Morettino

Moulin Du Val - Valcadis

Moulin Jean-Marie Cornille

Moulin Saint Michel

Moutarde De Meaux®

Moutarde Pommery®

Moutarde Royale®

Mulot & Petitjean

Munafo

Muroise Et Compagnie Sarl

Naturalim France Miel

Nectars De Bourgogne

Neolive

Nomie, Le Goût Des Epices

Nougat Diane De Poytiers

Nougaterie Des Fumades

Nougatines Simon Hainaux

Nougats Silvain

Novobox

Ocni

O'délices De Lucas

EXPOSANTS ET MARQUES

Oh Gourmand

Ourson Guimauve

Païarrop

Pasamontes

Pascal Vidal

Pasta Mancini

Pates Fabre

Pâtes Fermières Les Nominettes

Paupério

Pedragosa

Petits Gourmets

Picualia France

Plantin

Pom West-Vlaanderen

Pommery®

Popol

Ppura

Presse Gourmet Selection

Pressoirs De Provence

Rafi N°1

Ramajo Foie Gras

Reine De Dijon

Rice Crafters, Artisan De Riz Premium

Rondenay Matthieu

Roquefort Le Vieux Berger

Ruetraversette

Sa Lanssade

Sabadì

San Nicasio

Sanchez Fernandez De Rute Sl.

Sandro Desii

Sarl Cmj - Les Biscuits De Mel

Sarl F.D.O - Saravane

Sassy

Saveurs Modernes

Savini Tartufi

Savor Creations

Sdp Rungis

Secrets De Famille

Sicilia Tentazioni

Silvain, Une Histoire De Saveurs

Socca Chips® - Soccapéro®

Sophie Farrugia - Créatrice De P'tits

Gateaux

Sophie M

Sum Sarl

Sur Le Sentier Des Bergers

Sur Les Quais Sarl

Tasty France - Sophie M

Tea Together

Tenuta Margherita

Terres & Sauvagines

Thibault-Bergeron

Tihli

Timedis International

Treurer Huile D' Olive Vierge Extra

EXPOSANTS ET MARQUES

Truffes & Co

Truffus

Urbani Tartufi

Valette Foie Gras

Valle Dell'etna

Verduijn's Fine Biscuits

Via Del Sol

Vignobles Fontan

Vignolis

Villa Zottopera

Vive La Bourgogne Franche Comté!

PARTENAIRES



centdegres



le monde de
L'ÉPICERIE FINE



Groupe
xerfi
Stimuler l'information



ATELIER **TB**



INFOS PRATIQUES ET CONTACTS

Dimanche 22 et lundi 23 septembre 2019
9h30 - 18h30

Paris Expo Porte de Versailles – Pavillon 5.2

ACCÈS AU SALON

Par les transports en commun

- Métro : ligne 12 station Porte de Versailles, ligne 8 station Balard
- Bus : lignes 39 ou 80 arrêt Porte de Versailles
- T2 - arrêt Porte de Versailles

En Vélib

- Station n°15049 - 2 rue Ernest Renan
- Station n°15048 - Place Amédée Giordani

Par la route

Suivant le trajet, prendre les sorties du périphérique :
Porte de la Plaine ou Porte de Versailles ou Porte de Brançon

CONTACTS PRESSE

Open2Europe

Camille Vincent, consultante relations presse
Emilie Leprévost, consultante influence
food@open2europe.com
+33 (0)1 55 02 14 55

CONTACTS COMEXPOSIUM

Tiphaine Bisson, responsable communication
tiphaine.bisson@comexposium.com - 01 76 77 16 42

RESTEZ CONNECTÉ !

www.salon-gourmet-selection.com



@salongourmetselectionparis



@gourmet.selection



@salon-gourmet-selection