

MADE IN
FRANCE
MADE WITH
LOVE



Pour en savoir plus

24H
EXPO

Fabienne LE GOC

fabienne.legoc@sopexa.com

Tél : 01 55 37 51 44

Fax : 01 55 37 51 02

Pour vous inscrire

Renvoyez vite le bulletin
d'inscription joint
par fax au 01 55 37 51 02
ou par courrier à
Sopexa - Fabienne LE GOC
11 bis, rue Torricelli
75017 PARIS

SOPEXA - 10/2014 - Photos non contractuelles

24H
EXPO

PROGRAMMATION

1^{ER} SEMESTRE

2015

www.sopexa.com
www.franceagroalimentaire.com

sopexa

11 bis, rue Torricelli - 75017 PARIS
Tél. : 01 55 37 50 00 - Fax : 01 55 37 51 00



by **sopexa**

www.frenchfoodandbeverages.com

Participez aux **24H Expo**

Dans le cadre de l'accompagnement à l'export des entreprises françaises, **les 24H Expo Sopexa sont incontournables !**

Ces manifestations sont en effet un moyen simple, économique et efficace pour vous accompagner dans votre prospection à l'international.

Notre expérience dans ce domaine remonte à plus de 40 ans et c'est en 2005 que notre programme d'actions a été optimisé pour toujours mieux répondre à vos attentes.

Depuis cette date, les Mini-Expos Sopexa ont attiré **pas moins de 31 000 visiteurs** et permis à **3 900 producteurs français** de prospecter de nouveaux marchés et d'accroître leur activité !

Alors, pourquoi pas vous ?

Découvrez nos services et le programme des manifestations du premier semestre 2015 dans les pages suivantes...

Au plaisir de vous accompagner à l'occasion de ces manifestations.

Fabienne Le Goc,
Chargée des 24H Expo Sopexa



C'est quoi ?

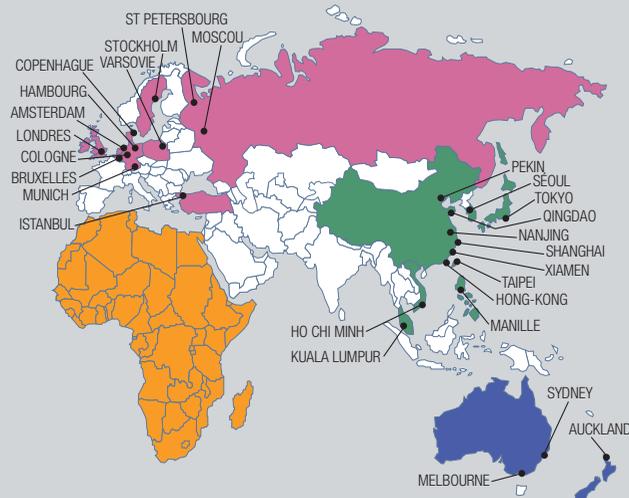
- Les Mini-Expos sont organisées sur une journée **dans un lieu adapté** (hôtel, salle de conférence...) **autour d'une thématique porteuse.**
- Un espace est mis à votre disposition pour **présenter et faire déguster vos produits** aux visiteurs professionnels.
- Nos interlocuteurs locaux, spécialistes de leur région, se chargent de **vous faire rencontrer les intervenants majeurs du marché** : importateurs, grossistes, cavistes, agents, acheteurs de la distribution, journalistes spécialisés, etc...

Services 
VIA SOPEXA

- **Un accompagnement logistique** pour faciliter votre mission :
 - Groupage des échantillons, dédouanement et livraison sur place
 - Proposition de packs vols + hébergements
- **Édition d'un catalogue produits** dans la langue du pays, distribué à tous les visiteurs de la manifestation et envoyé aux professionnels locaux.
- **Communication autour de l'événement et de vos produits** : communiqués de presse, information dans les magazines spécialisés, invitation de journalistes...

Et pour aller encore plus loin...

- Sont également prévues à l'occasion de certaines manifestations :
- **Une présentation du marché** : séminaire d'information, remise d'une note de marché...
 - **Des visites de points de vente**
 - Sopexa peut aussi à la demande **traduire** vos fiches techniques, cartes de visite ou tout autre support commercial
 - Nous pouvons également mettre à votre disposition **un interprète individuel** pour chacune des manifestations.



Vins & Spiritueux

EUROPE

- Janvier** France-Vins - **BELGIQUE**
19 janvier - Bruxelles

- Janvier** France-Vins - **PAYS-BAS**
20 janvier - Amsterdam

- Janvier** The French Wines Trade Show - **TURQUIE**
Les 26 et 27 janvier - Istanbul

- Février** Tour des Vins de France - **ALLEMAGNE**
Du 9 et 11 février - Hambourg / Cologne / Munich

- Septembre** The French Wines Trade Show - **RUSSIE / POLOGNE***
Septembre - Moscou / St Petersburg / Varsovie

- Septembre** European Grape Varieties - **ALLEMAGNE***
Septembre - Villes à confirmer

- Septembre** The Autumn Wine Fair - **ROYAUME-UNI***
Septembre - Londres

- Octobre** The French Wines Trade Show - **SUEDE / DANEMARK***
Octobre - Stockholm / Copenhague

Sopexa se réserve le droit d'annuler une ou plusieurs manifestations si le nombre de participants était insuffisant. Actions réalisées dans le cadre de la Délégation de Service Public confiée par le Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt à Sopexa.

**Programme prévisionnel sous réserve de modifications. Dates et villes à confirmer.*

ASIE - PACIFIQUE

- Mars** The French Wines Trade Show - **CHINE** (villes secondaires)
Du 31 mars au 3 avril - Qingdao / Nanjing / Xiamen

- Mai** The French Wines Trade Show
MALAISIE / VIETNAM / PHILIPPINES
Du 25 au 29 mai - Kuala Lumpur / Ho Chi Minh / Manille

- Juin** The French Wines Trade Show - **JAPON / CORÉE**
Du 2 au 4 juin - Tokyo / Séoul

- Juillet** The French Wines Trade Show
TAIWAN / HONG KONG / CHINE
Du 29 juin au 3 juillet - Taipei / Hong Kong / Shanghai / Pékin

- Novembre** A Taste of French Terroirs
AUSTRALIE / NOUVELLE ZELANDE*
Novembre - Sydney / Melbourne / Auckland

AMÉRIQUE

- Septembre** The French Wines Trade Show - **MEXIQUE***
Septembre - Mexico / Cancun

- Octobre** USA Buyers Meeting - **ÉTATS-UNIS***
Octobre - New York

- Octobre** The French Wines Trade Show - **BRÉSIL***
Octobre - Sao Paulo / Belo Horizonte

AFRIQUE

- Novembre** The French Wines Trade Show - **AFRIQUE***
Novembre - Villes à confirmer



France-Vins

BELGIQUE

19 janvier - Bruxelles



11^{ème}
EDITION

Tarif* : 1 100 € HT par exposant

Inscription obligatoire sur le site :

www.france-vins.eu

Règlement obligatoire par virement bancaire.

Aucun chèque ne sera accepté en règlement de ces manifestations

* Hors frais de déplacement, d'hébergement et d'envoi des échantillons.

France-Vins : le plus grand salon annuel pour les vins français en Belgique ouvert exclusivement aux professionnels du vin.

La Belgique : un marché de connaisseurs

- La Belgique reste un **marché exceptionnel** et est le **3ème marché en volume pour les exportations de vins tranquilles français** derrière l'Allemagne et le Royaume Uni et devant la Chine et les Etats-Unis
- Le vin reste la boisson préférée des belges et les vins français côtoient les vins italiens, espagnols, chiliens, allemands, australiens.....
- Si **les vins effervescents** ont le vent en poupe ces dernières années, les vins blancs sont également très recherchés
- Toutefois le contexte économique incite les acheteurs à se tourner vers des **produits dans des gammes de prix "raisonnables"**

France-Vins

- Le salon France-Vins est né de la volonté de **créer un événement à dimension humaine** qui puisse aider les producteurs français à trouver un importateur sur le marché belge
- "France-Vins" est donc un **événement unique en Belgique** et réunit en une seule journée une centaine de producteurs, caves coopératives ou négociants de toutes les régions viticoles françaises afin de nouer des contacts commerciaux avec les acheteurs de la grande distribution, les importateurs et les professionnels du secteur Horeca.



France-Vins

PAYS-BAS

20 janvier - Amsterdam



11^{ème}
EDITION

Tarif* : 1 100 € HT par exposant

Inscription obligatoire sur le site :

www.france-vins.eu

Règlement obligatoire par virement bancaire.

Aucun chèque ne sera accepté en règlement de ces manifestations

* Hors frais de déplacement, d'hébergement et d'envoi des échantillons.

France-Vins : le plus grand salon annuel pour les vins français aux Pays-Bas ouvert exclusivement aux professionnels du vin.

Les Pays-Bas : un marché en expansion

- Les Pays Bas ont un **PIB par habitant parmi les plus élevés d'Europe**. Les consommateurs ont un fort pouvoir d'achat et le prix du vin est resté relativement stable.
- **La consommation de vin a plus que doublé en 30 ans** avec 21,8 litres / habitant / an en 2012 et continue de croître légèrement au détriment de la bière et des spiritueux, grâce au développement de la consommation pendant les repas.
- Le marché néerlandais des vins est **exclusivement un marché d'importation** car même si les Pays-Bas ont aujourd'hui environ 175 ha de vignes, ces volumes restent anecdotiques.
- Les Pays-Bas sont un **marché stratégique pour les vins français**. Tous les segments de l'offre française y sont représentés, mais la concurrence des vins provenant du Nouveau Monde s'accroît.
- Les **vins français jouissent toutefois d'une bonne notoriété**. Les importateurs sont intéressés par la variété de l'offre française qui demeure la référence. Toutefois, les importateurs insistent sur la nécessité de renforcer le dialogue et de communiquer sur les spécificités des vins français, leur histoire, les terroirs, etc.
- La **part de marché des vins français** était en 2010 de 32,9 % en volume et 35,1 % en valeur. Les Pays-Bas étaient le 4^{ème} client de la France en volume et 6^{ème} en valeur en 2009.
- Plus de 70 producteurs participent chaque année à France-Vins aux Pays-Bas.



The French Wines Trade Show

TURQUIE

26 et 27 janvier
Istanbul

NOUVEAU



Tarif*: 1 800 € HT par exposant

*Hors frais de déplacement, d'hébergement et d'envoi des échantillons

La Turquie : nouveau pays émergent

- La Turquie est le 1^{er} marché émergent après les BRIC (Brésil – Russie – Inde – Chine).
- C'est la 1^{ère} puissance économique du Moyen-Orient devant l'Iran et l'Arabie saoudite, la 7^{ème} puissance économique d'Europe et la 15^{ème} puissance économique mondiale.
- C'est aussi le 1^{er} pays de l'OCDE en termes de croissance cumulée sur les 10 dernières années et le pays est en tête des prévisions de croissance des pays de l'OCDE sur la période 2011-2017 (+ 3 % pour le premier trimestre 2013)
- Une nouvelle classe moyenne consommatrice s'y développe et devient plus exigeante en termes d'importation de produits pouvant se démarquer des produits locaux par leur design, leur qualité...
- La Turquie dispose d'une population jeune en grande majorité, dont le rythme de vie commence à devenir semblable à celui des citoyens européens
- C'était la 6^{ème} destination touristique mondiale en 2011, avec plus de 31,5 millions de touristes étrangers et 25 M USD de recettes.

Le marché du vin en Turquie

- Même si la production de vin en Turquie est importante, le vin français reste une référence et la France tire parti de la hausse de la demande turque observée ces dernières années.
- Ce sont les vins de Bordeaux et de Bourgogne qui dominent le marché turc du vin.
- Les vins français sont perçus comme des vins de qualité mais un peu plus chers que les vins Italiens. La France est le 2nd fournisseur (en volume) après l'Italie.
- On constate de plus en plus une augmentation de l'intérêt pour les vins et un développement des bars à vins, épiceries fines... Un bon point de départ pour l'introduction des vins français avec un bon rapport qualité/prix.
- En dehors du vin on observe une forte augmentation des importations de certains spiritueux. Concernant les produits comme le Rhum, Whisky, Cognac, Armagnac, la France est le 5^{ème} fournisseur de la Turquie en volume avec 7,8 % de parts de marché.
- Le développement de ce marché se concentre dans les grandes villes et zones touristiques.



Tour des Vins de France

ALLEMAGNE

9 février - Hambourg*
10 février - Cologne*
11 février - Munich*



14^{ème}
EDITION

*L'ordre des villes reste à confirmer.

Tarif*: 1 700 € HT le tour par exposant

* Hors frais de déplacement, d'hébergement. * Frais d'envoi des échantillons inclus

L'Allemagne reste la 1^{ère} puissance économique européenne et la 4^{ème} mondiale !

Le marché allemand du vin :

- 3^{ème} pays consommateur de vin : entre août 2012 et juillet 2013, un total de 20,2 millions d'hl de vin consommés, soit 21,1 litres par personne.
- La consommation de vin n'a cessé d'augmenter ces 10 dernières années.
- L'Allemagne devrait devenir le 2^{ème} marché de consommation au monde derrière les USA (Vinexpo/International Wine & Spirit Research).
- Le plus grand importateur de vin : en 2013, les importations de vin en Allemagne représentaient 14,93 millions d'hectolitres pour 2,45 milliards d'euros – ce qui indique une légère hausse de 0,1 % en volume et une augmentation de 6 % en valeur.
- Les Allemands adorent les bulles : une bouteille sur cinq consommée dans le monde l'est en Allemagne.

Tendances de consommation

- Le vin rouge est la couleur préférée des Allemands avec 50 % de parts de marché. 40 % reviennent aux blancs et 10 % aux rosés.
- Qualité = 2^{ème} critère d'achat, passe avant le prix, les consommateurs sont à la recherche d'authenticité et de valeurs sûres (phénomène "retour aux sources", "foodies").
- Vin = produit prestige pour la distribution et valorisant pour le consommateur.
- Renouveau de la gastronomie : 2^{ème} pays européen pour les étoiles Michelin.
- On observe en Allemagne un mouvement culturel qui place depuis quelques années la recherche d'une vie saine, du plaisir, de la qualité et du bien-être au centre des intérêts du consommateur.
- Bio, développement durable, commerce équitable : des thèmes incontournables.
- Le vin dépasse la bière : depuis 10 ans les consommateurs dépensent plus pour le vin que pour la bière.



The French Wines Trade Show

MALAISIE / VIETNAM / PHILIPPINES

25 mai - Kuala Lumpur

27 mai - Ho Chi Minh

29 mai - Manille

NOUVEAU

5^{ème}
EDITION



Tarif* : 1 700 € HT le tour par exposant

*Hors frais de déplacement, d'hébergement et d'envoi des échantillons

La Malaisie, les vins français ont le vent en poupe !

- **Un pays en pleine croissance** : le PIB par habitant a augmenté de plus de 2,5 fois en 10 ans.
- Les touristes participent largement à la hausse de la consommation de vin. La campagne "Visit Malaysia" mise en place par le gouvernement devrait attirer **3 millions de visiteurs** de plus qu'en 2013, soit 28 millions au total. La Malaisie fait partie des "10 pays à visiter en 2014" du guide Lonely Planet.
- Les exportations de vins Français vers la Malaisie ont augmenté de **+ 40 % en volume et + 57 % en valeur** entre janvier et avril 2014 par rapport à la même période en 2013.
- La France est le **2^{ème} pays fournisseur de vin** pour la Malaisie après l'Australie

Le Vietnam, le nouvel Eldorado du vin :

- Avec la **forte croissance économique du Vietnam** ces dernières années, une nouvelle classe sociale a émergé. Plus aisée et plus occidentalisée, cette partie de la population affectionne particulièrement les boissons alcoolisées d'importation.
- Les **importations de vins au Vietnam ont une croissance annuelle de 10 %** et la consommation augmente de 20% par an.
- **La France est le premier fournisseur de vin** du marché vietnamien : 14,3 % des importations en volume en 2012 et une croissance régulière autour de 8 % / an en valeur.

Les Philippines, un marché émergent pour les vins français

- Les **vins du Nouveau Monde** ont commencé à pénétrer le marché Philippin dans les années 90, marché qui s'est ouvert depuis aux vins du Vieux Monde.
- Les Philippines ont importé 9.4 millions de litres de vin en 2012, équivalent à 35,4 millions de dollars US.
- Entre 2012 et 2013, **les importations de vins français ont augmenté de + 25,8 % en valeur** et + 8,5 % en volume.
- **La France est le 2^{ème} pays exportateur de vins mousseux** aux Philippines.
- Un pays où la **confiance et le relationnel** sont la clef des affaires, d'où l'importance de rencontrer en personne les acheteurs potentiels.



The French Wines Trade Show

JAPON / CORÉE

2 juin - Tokyo

4 juin - Séoul

9^{ème}
EDITION



Tarif* : 1 600 € HT le tour par exposant

* Hors frais de déplacement, d'hébergement et d'envoi des échantillons.

Le marché du vin au Japon :

- Le marché japonais est le marché **mature d'Asie** et attire de nombreux exportateurs du monde entier.
- **Le segment du vin reste dynamique** malgré la crise qui perdure et les importations de vin sont en croissance (+ 60 % en volume depuis 2009).
- **La France maintient sa position de leader** en volume et en valeur mais la concurrence se fait toujours plus forte, notamment celle de l'Italie, de l'Espagne et du Chili.
- **Trois appellations dominent le marché** : Bordeaux, Bourgogne et Beaujolais.
- Les vins effervescents ont connu un essor remarquable ces dernières années, mais **le Champagne demeure la référence** même si la concurrence se durcit.
- Dans un contexte où la pression sur les prix persiste, **les vins français jouissent toujours d'un capital image très fort** mais leur challenge consiste aujourd'hui à démontrer un rapport qualité-prix attractif.

Le marché du vin en Corée :

- Sur les quatre premiers mois 2014, **la France reste toujours le leader en valeur avec 29 % de parts de marché** mais a connu une dévaluation d'un rang pour arriver au 5^{ème} en volume avec 13 %. Ceci montre une intensification de la concurrence provenant du Nouveau Monde mais aussi des pays européens dont l'Espagne et l'Italie.
- Depuis l'entrée en vigueur de l'Accord de Libre Échange entre la Corée et l'Union Européenne en juillet 2011, **la France bénéficie d'une suppression immédiate des droits de douane** (-15 %).
- Parmi les vins français, ce sont les **Bordeaux** suivis par les vins de la **Vallée du Rhône** qui occupent le marché. Néanmoins, **la demande pour les nouveautés** (diversification des régions, des couleurs...) **ne cesse de progresser**.
- Les consommateurs coréens se tournent de plus en plus vers des boissons au degré d'alcool moins important. **Le vin est donc perçu comme une boisson saine et un produit culturel**. Les Coréens portent davantage d'attention au bien-être, au plaisir et à l'art de vivre.
- Les Coréens ne consomment plus du vin uniquement pour des occasions spéciales ou pour faire un cadeau, mais enfin pour **se faire plaisir au quotidien**.
- **Le marché coréen devient de plus en plus mature**.
- Les vins français continuent de bénéficier d'un excellent capital image en Corée.



The French Wines Trade Show

TAIWAN/HONG KONG/CHINE

29 juin - Taipei

30 juin - Hong Kong

6^{ème}
EDITION

4^{ème}
EDITION



Tarif* : 1 800 € HT le tour par exposant

*Hors frais de déplacement, d'hébergement et d'envoi des échantillons

Le marché du vin à Taiwan

- Le marché du vin devrait progresser sur la période 2011-2016 de **20 % en volume**.
- Entre 2007 et 2013, les importations de vins français ont augmenté de 38 % en valeur, **la croissance pour 2013 seule a atteint 13,6 % en valeur**, une performance jamais vue depuis 24 ans.
- Avec 23,3 millions de consommateurs très éduqués ayant un fort pouvoir d'achat (4^{ème} d'Asie), Taiwan représente **une excellente opportunité** pour les producteurs de vins et spiritueux français.
- **La France est au 1^{er} rang des fournisseurs de vins et spiritueux à Taiwan** : la part de marché était en 2013 de 35,3 % en volume et de 57,3 % en valeur.
- Si le vin rouge reste prédominant, les habitudes de consommation évoluent vers des vins légers (blancs et rouges légers). **La demande en vins effervescents connaît aussi une forte croissance**.
- La distribution tend également à être de plus en plus structurée et l'on compte environ **60 importateurs fiables**.

Hong Kong, l'Eldorado des vins et spiritueux

- Avec **0 % de taxe sur les importations de vin**, Hong Kong est le pays avec le moins de taxes au monde et l'économie la plus compétitive.
- **Hong Kong est le 5^{ème} pays consommateur de vin en volume en Asie-Pacifique** (prévision d'évolution de +18 % entre 2013 et 2014) et le 8^{ème} pays consommateur en volume de spiritueux importés en Asie-Pacifique. Hong Kong a consommé 451 millions de dollars en 2013 et prévoit une consommation de 535 millions en 2017 soit une augmentation de +16 %.
- Une évolution de +34% en volume (vins tranquilles et pétillants confondus) est prévue entre 2013 et 2017 en Chine (HK inclus). **Ce qui maintiendra la Chine et HK au 5^{ème} rang des plus grands pays consommateurs de vin au monde**.
- En 2013 **plus de 41 millions de litres de vin rouge ont été importés**. Les vins blancs et les pétillants représentent respectivement des marchés de 5 et 3 millions d'euros.
- Avec une augmentation de + 56 % depuis 2008, **la France est le premier fournisseur sur le marché local** : 39 % des vins importés sur le marché Hongkongais sont des vins français.



2 juillet - Shanghai

3 juillet - Pékin

9^{ème}
EDITION

6^{ème}
EDITION



La Chine, un marché à fort potentiel !

- **Une croissance moyenne de 55 % entre 2008 et 2012**.
- Le marché chinois du vin représente un potentiel énorme de plus de 248 millions de consommateurs.
- C'est le 5^{ème} pays consommateur de vin au monde.
- Un marché total estimé à 2,2 milliards de cols en 2012.
- **La France est le 1^{er} fournisseur** de vin en valeur de la Chine avec près de 46 % de parts de marché.

Pékin

- Pékin est un lieu de forte consommation pour les vins du monde entier que les consommateurs chinois apprécient et connaissent de plus en plus.
- Le marché du vin de Beijing est l'un des plus mûrs de Chine, avec Shanghai et Guangzhou. L'offre y est abondante, les points de vente nombreux.
- 50 % des consommateurs chinois de vin ont entre 25 et 44 ans.
- Pékin est la troisième ville de Chine en termes de PIB total, derrière Shanghai et Hong Kong. Elle connaît une croissance économique très rapide, qui a dépassé les 10 % par an dans les années 2000.

Shanghai

- Shanghai constitue **l'une des plus grandes mégapoles du monde** avec plus de 18,5 millions d'habitants. Sa croissance à deux chiffres, son immense population, sa dimension cosmopolite et son essor culturel l'appellent à devenir une métropole mondiale, aux côtés de New York, Londres ou Paris.
- Shanghai accueille les sièges de grandes multinationales présentes en Chine, dont de nombreux importateurs et distributeurs.
- Comme à Beijing, le marché du vin est l'un des plus mûrs de Chine. L'offre y est abondante, les points de vente nombreux, les importateurs de vins également.