



29 AVRIL · 10 MAI 2015
PARIS EXPO PORTE DE VERSAILLES FRANCE

DOSSIER DE PRESSE FOIRE DE PARIS 2015

FOCUS UNIVERS VINS & GASTRONOMIE



PETIT DEJEUNER PRESSE DU 10 FEVRIER 2015

HOTEL BEL AMI - 75006 PARIS

ÉDITORIAL, **PAR CARINE PRÉTERRE, DIRECTEUR DE FOIRE DE PARIS**

En 2015, Foire de Paris, aujourd'hui 1^{er} événement commercial et festif d'Europe, s'impose comme le rendez-vous business du printemps sur 200 000 m² à la Porte de Versailles.

En effet, pour 1 800 exposants et **3 500 marques**, Foire de Paris est l'opportunité d'être en contact direct avec près de **600 000 visiteurs** qui dépensent en moyenne **434 €** sur 5 univers : Maison & Habitat, Métiers d'Arts & Culture du monde, Bien-être, Mode & Accessoires, Loisirs & Vie pratique, Vins & Gastronomie.

Chaque année, plus de 60% des exposants renouvellent leur confiance et s'exposent sur Foire de Paris.

Un plan de communication et marketing puissant, à 360°, avec plus de 1 500 retombées médiatiques chaque année, permettent d'en faire le rendez-vous commercial le plus visible en France au moment du printemps.

Foire de Paris innove, déniche et sélectionne depuis 111 ans pour proposer à ses visiteurs une offre complète, tendance et qualitative.

Foire de Paris est **une expérience shopping unique** durant 12 jours.

Pour 93% des visiteurs, Foire de Paris reste LE lieu des innovations et des nouveautés du printemps.

Ce qui les motive ? Le goût de la découverte d'abord, la curiosité ensuite, et enfin, l'occasion de s'informer et de passer du bon temps¹...

Cette année, l'innovation est au rendez-vous avec Marcelo JOULIA. Le Grand Prix de l'Innovation célèbre sa 10^{ème} édition et Marcelo JOULIA, architecte passionnant et passionné de gastronomie, a eu la gentillesse d'accepter d'en être le président, succédant à Edith Keller, directrice du Groupe Carlin.

En 2015, Foire de Paris est toujours aussi propice au business.

La gastronomie est mise à l'honneur la journée du 8 Mai, avec des ateliers de cuisine inédits, des chefs de renom, le carré gourmand et une nocturne jusqu'à 22h... L'espace design et la boîte coquine, qui ont connu un record d'affluence en 2014, sont toujours au rendez-vous cette année...

Plus que jamais, Foire de Paris enrichit l'expérience de visite grâce à la mise en place de nombreux services et ateliers, parmi lesquels : le Personal Shopper, des coachings personnalisés de déco, des ateliers de cuisine, des conseils d'experts en aménagement de l'habitat,...

Du 29 avril au 10 mai 2015, Foire de Paris, capitale de l'innovation et de la découverte, devient aussi le lieu et le moyen les plus efficaces pour recruter de nouveaux clients, générer du business et créer de la croissance.

¹ Source : Enquête IPSOS visiteurs Foire de Paris 2014.

FOIRE DE PARIS, UN MOMENT EXCEPTIONNEL POUR GÉNÉRER DU BUSINESS

Avec 1 800 exposants, 3 500 marques et 200 000 m² d'exposition et de vente, Foire de Paris est le plus grand pôle d'innovations et de nouveautés pendant 12 jours en Europe.

Une expérience de marque inédite

Foire de Paris, c'est l'opportunité de créer une expérience de marque personnalisée pour tester un produit avant son lancement sur le marché, créer un espace éphémère au sein d'un lieu où le public est déjà captif, concevoir un événement ou le sponsoriser (ateliers, parades, happening...).

Un lieu de business incontournable²

- 8 visiteurs sur 10 achètent
- Une notoriété exceptionnelle auprès de 98% des franciliens
- Un panier moyen de 434€
- 3 500 marques réparties en 5 univers, proposant une offre complète, qualitative et tendance.

L'opportunité de développer son chiffre d'affaires

Les Foires et salons sont aujourd'hui le 2^{ème} média en progression dans les investissements des annonceurs :

- 72% des français préfèrent effectuer leurs achats dans des lieux physiques
- 8 Français sur 10 ont besoin de toucher, goûter et essayer avant d'acheter
- 1 Français sur 2 fréquente les foires et marchés

² Source : Enquête visiteurs Foire de Paris 2014.

5 UNIVERS, POUR UNE OFFRE COMPLÈTE, TENDANCE ET QUALITATIVE :

Maison & habitat, Métiers d'art & Cultures du monde, Bien-être mode & accessoires, Loisirs & vie pratique, Vins & gastronomie

Maison & habitat

Cet univers regroupe plusieurs secteurs au sein de Foire de Paris :

- **Ameublement & Décoration (Pavillons 4 et 7.1)** : ce secteur renouvelle son ouverture au Design avec l'Espace Design (version 2), qui présentera les dernières tendances de mobilier et d'objets signés par des designers de renom, et sélectionnés par le magazine **Intramuros**.

L'architecte d'intérieur **Philippe Boisselier** y réalisera une nouvelle exposition, en y intégrant cette fois-ci des objets ou équipements issus d'autres secteurs de la Maison, comme l'Image, le Son, l'Electroménager, l'Outdoor...

Les infos clés du secteur

- 200 exposants
- 34 000 m²
- 83% de renouvellement chez les exposants
- Le panier moyen d'achat le plus performant de Foire de Paris : 3 719 €
- Des marques renommées : Ligne Roset, Cinna, Roche Bobois, Celio, Gautier, Mobilier de France, Cuir Center, Tempur Teca...

- **Construction & Rénovation (Pavillon 7.2)** : un secteur conçu pour un public ciblé. Tous les métiers du bâtiment y sont regroupés : bricolage, chauffage, climatisation, domotique/sécurité, énergies renouvelables, gain de place, immobilier, isolation, matériaux de gros œuvre, menuiserie, quincaillerie, revêtements sol-murs-plafond, traitement de l'eau.

NEW en 2015 !

Le Village des objets connectés et l'espace « **La Ville verte** », conçu pour aider les visiteurs à mieux appréhender le lien entre le recyclage et l'upcycling.

Une boutique des marques référentes, et des **ateliers** animés par **Système D**, **Rustica** et **Maison Brico**.

Les infos clés du secteur

- 180 exposants
- 22 000 m²
- 120 750 visiteurs en 2014
- 1/3 des visiteurs sur Foire de Paris sont des porteurs de projets
- Les marques présentes : Acova, Barrisol, Culligan, Daitem, De Dietrich, EDF, Faac, Fichet, Frisquet, GDF Suez, Hilzinger, Hörmann, Internorm, Fenêtres, Leroy Merlin, Nexity, Scüco, Tryba, Velux, Viessmann...

- **Cheminée & Poêle (Pavillons 2.2 et 2.3) :** le rendez-vous incontournable de toute une profession. Ce secteur permet aux professionnels d'exposer leurs créations auprès d'un public « porteurs de projets ».

Les infos clés du secteur

- 50 exposants et marques
- 7 000 m²
- 73% des exposants 2014 souhaitent revenir en 2015
- 72% de visiteurs satisfaits de l'offre
- 115 000 visiteurs en 2014
- 1/3 des visiteurs sr Foire de Paris sont des « porteurs de projets »
- Les marques présentes : Ateliers France Turbo, Austroflamm, Brisach, Charnwood, Cheminées de Changy, Cheminées de Chazelles, Cheminées Philippe, Coulmeau, Flamme Verte, Godin, Hase, Invicta, Jide, Jotul, M. Design, Max Blak, Oliger, Piazetta, Pierre de Meuse, Richard Le Droff, Seguin, Skia Design, Supra, Syndicat des Energies Renouvelables, Tifon, Totem Fire, Woodstock...

- **Cuisine (Pavillon 7.3) :** pour les visiteurs porteurs de projets de cuisine. Le secteur Cuisine est groupé avec celui de l'Electroménager et Image & Son pour présenter une offre complète et complémentaire aux visiteurs désireux de s'équiper avec les dernières tendances.

Les infos clés du secteur

- 40 exposants
- 5 000 m²
- 80% de visiteurs satisfaits de l'offre
- L'offre présente : cuisine, équipement de cuisine, revêtement de sol et mur pour cuisine...

- **Electroménager – Image & Son – Multimédia, High tech (Pavillon 7.3) :** un secteur prisé par les visiteurs avides de dernières technologies, de nouveautés, des dernières innovations, des tendances et du design des produits de demain.

Pleins feux sur l'innovation et la révolution technologique, avec le **Grand Prix de l'Innovation, dont l'espace se situe au cœur du pavillon.**

Les infos clés du secteur

- 80 **exposants** et marques
- 80% des exposants 2014 souhaitent revenir en 2015
- 67% des visiteurs âgés de 35 ans et +
- 28% de CSP aisés
- 80% de visiteurs satisfaits de l'offre
- L'offre électroménager : petit et gros électroménager, machines à broder, coudre et tricoter
- L'offre Image & Son, Multimédia : TV, vidéo, home cinema, photo et caméscope, audio, hifi, informatique et tablettes, jeux vidéo, téléphonie, GPS

- **Jardin & Véranda / Camping-Caravaning (Pavillon 1)** : l'art de vivre en plein air ! Face à un consommateur de plus en plus soucieux de son habitat, le secteur Jardin s'inscrit parfaitement dans cette dynamique en offrant une gamme complète de produits innovants présentés par des marques leaders.

New en 2015 ! Le secteur Camping-Caravaning intègre le secteur Jardin & Loisirs pour proposer **une offre outdoor complète**.

Un partenariat avec le SNFA (Organisation professionnelle des concepteurs-fabricants et installateurs de menuiseries en profilés aluminium) permet d'entretenir une relation privilégiée à l'année avec l'ensemble des adhérents de la section Vérandas du SNFA.

Les infos clés du secteur

- 110 exposants
- 17 200 m²
- 77% d'exposants fidèles depuis de nombreuses années
- 38% des visiteurs possèdent un jardin
- Une offre large : mobilier de jardin, cuisines extérieures, vérandas, aménagement, décoration d'extérieur, des nouveaux modes d'hébergements insolites...

- **Piscine / Spa / Abris (Pavillon 1)** : un espace de bien-être et de convivialité ! Ce marché, particulièrement dynamique et innovant propose une offre adaptée aux nouveaux modes de vie, et des produits personnalisés de haute technicité.

New en 2015 ! Un pavillon optimisé par l'intégration des stands extérieurs à l'intérieur du pavillon, et la création d'un **nouveau secteur dédié à la vie en ville**.

Les infos clés du secteur

- 8 400 m²
- 75% d'exposants fidèles depuis de nombreuses années
- 31% des visiteurs de Foire de Paris habitent en maison individuelle
- Un secteur très apprécié du visitorat de Foire de Paris
- Une offre complète : abri de piscine, spa-sauna, piscine, entretien & sécurité, loisirs aquatiques...

Métiers d'arts & Cultures du monde

Cet univers regroupe 3 grands secteurs : Artisanat & métiers d'art, Richesses du monde et Terres des tropiques.

- **Artisanat & métiers d'art (Pavillon 2.2)** : un secteur consacré aux hommes et aux femmes de savoir-faire, en partenariat avec les Ateliers d'Art de France et la Mission des Pays de la Loire. L'occasion pour Foire de Paris, au sein d'un seul secteur, de valoriser le caractère unique et original des métiers d'art et de la création.

Les infos clés du secteur

- 100 exposants
- 1 400 m²
- 60% des exposants renouvellent leur présence chaque année
- 85% de visiteurs satisfaits de l'offre
- 400 000 visiteurs chaque année
- 5 univers : arts graphiques, objets de décoration, luminaire, bijouterie/joaillerie, mode & accessoires.

- **Terre des tropiques et Richesses du monde (Pavillon 3)** : un secteur cher à Foire de Paris, qui soutient les régions ultramarines. Plus de 77% des visiteurs de Foire de Paris plébiscitent chaque année ce voyage au cœur des îles ultra marines des cultures, de l'Europe à l'Asie en passant par l'Amérique, l'Afrique et le reste du monde. C'est une formidable opportunité de rencontres, de testes et de ventes de destinations.

Foire de Paris est aujourd'hui la plus grande exposition-vente dédiée au savoir-faire artisanal et aux spécialités culinaires de plus de 50 régions et pays.

New en 2015! Une nouvelle implantation en Allée Centrale, avec le Festival « Tropiques en Fêtes », en scène intérieure, bénéficiant d'une forte attractivité.

Un atelier de cuisine « Carré des chefs & Cuisine du Monde », pour partager toutes les subtilités et saveurs du Monde.

Le Carré du tourisme et des Voyageurs du Monde.

Création d'un nouveau stand équipé « DALI ».

Les infos clés du secteur

- N°1 des secteurs les plus visités
- 350 exposants
- 14 000 m²
- 80% des exposants renouvellent leur présence chaque année
- 89% de visiteurs satisfaits de l'offre
- 462 000 visiteurs chaque année
- 6 univers : pavillons régionaux et internationaux, le Carré des Trésors du Monde, le Marché du Monde, le Carré des beautés du Monde, tourisme, cuisines d'ailleurs.

Bien-être, Mode & Accessoires

Cet univers réunit les secteurs Beauté & bien-être et Mode & accessoires.

- **Beauté & bien-être (Pavillons 5.1)** : ce secteur représente un véritable accélérateur de vente auprès d'un large public. C'est aussi l'opportunité de tester en « live » produits et innovations.

New en 2015 !

Un carré « Cométique régionale » pour répondre à la recherche d'authenticité du public.

Un corner « Cométique internationale » pour présenter les soins, produits et rituels du monde.

Un développement vers **la santé connectée**.

Une allée des innovations pour présenter les nouveautés exposants du secteur.

Les infos clés du secteur

- 100 exposants
- 4 000 m²
- 80% des exposants renouvellent leur présence chaque année
- 51% des visiteurs Foire de Paris sont des femmes
- 333 500 visiteurs
- 77% des visiteurs satisfaits de l'offre
- 6 univers : cosmétique, produits d'hygiène et de beauté, parfumerie, linge & accessoires de toilette, remise en forme & diététique, institut de beauté & de massage

- **Mode & accessoires (Pavillon 2.1)** : le public francilien y trouve la tenue d'été, l'accessoire « must have », le gadget indispensable, le cadeau original... Ce secteur est une vraie opportunité pour les professionnels de lancer, tester et vendre leurs produits auprès d'un public à l'affût des tendances.

New en 2015 ! Un nouvel espace qui fait la part belle aux nouveautés, aux tendances.

De nouveaux secteurs

à proximité qui renforcent l'expérience de visite :

démonstrateurs, loisirs créatifs et la boîte coquine, pour la 2^{ème} année.

Les infos clés du secteur

- 105 exposants
- 3 000 m²
- 80% des exposants renouvellent leur présence chaque année
- un public majoritairement féminin et jeune (moins de 35 ans)
- 282 000 visiteurs
- 79% des visiteurs satisfaits de l'offre
- L'offre : mode femme, homme, chaussure, maroquinerie, art de la table, bijoux, cadeaux/gadgets, accessoires de téléphonie.

Vins & Gastronomie (Pavillon 5.2)

Créé en 1921, cet univers s'est imposé comme un événement d'excellence en France. Dans une constante démarche d'innovation, ce secteur émoustille les papilles gustatives du public, en lui proposant des découvertes gastronomiques et viticoles... un univers propice à la consommation.

New en 2015 !

Un Atelier de cuisine au cœur de l'événement.

Une offre gastronomie et restauration, également présente dans les pavillons 1,2.1, 7.3.

Un espace « **La ville est verte** » pour faire le lien entre santé et alimentation.

Les infos clés du secteur

- 200 exposants
- 12 000 m²
- 80% des exposants renouvellent leur présence chaque année
- 327 750 visiteurs
- 88% des visiteurs satisfaits de l'offre
- 5 univers : épicerie fine & produits du terroir, vins, autres boissons, matériel de cave & accessoires, restauration, village des food trucks, ustensiles de cuisine & art de la table, organismes officiels et information.

Loisirs & Vie pratique

- **Loisirs (Pavillon 1) : Tous les professionnels des loisirs d'extérieur et d'intérieur** sont réunis en un seul et même lieu pour proposer aux visiteurs une offre complète. Foire de Paris constitue pour eux l'opportunité de toucher un large public toutes générations confondues.

Les infos clés du secteur

- 40 exposants
- 800 m²
- 5 univers : jeux d'intérieur et d'extérieur, loisirs numériques (vidéo, photo, musique, jeu vidéo...), livres : livres de jeunesse, livres éducatifs, romans, devoirs de vacances..., sports (activités et accessoires).

- **Vie pratique (Pavillon 2.1) : le «salon dans le salon», consacré aux nouveaux produits qui facilitent le quotidien des consommateurs.**

C'est le secteur des **loisirs créatifs** et celui des **démonstrateurs**, événement de référence du Foire de Paris, avec de véritables shows, des essais grandeur nature et des démonstrations uniques qui enchantent le public.

Les infos clés du secteur

- 130 exposants
- 2 300 m²
- 84% des visiteurs sont satisfaits de l'offre
- Les univers : petit ménage et ustensiles de cuisine, petit électroménager, droguerie et quincaillerie, outillage, matériel d'entretien auto, moto &vélo, organismes officiels...

L'HISTOIRE DE FOIRE DE PARIS EN BREF

- 1889** Un bijoutier prénommé Gustave Sandoz propose un projet lui tenant à cœur : *« Ne serait-il pas possible de prolonger l'Exposition Universelle en 1890 et les années suivantes, sous une forme plus économique et mieux adaptée aux besoins du commerce et de l'industrie modernes, celle d'une Foire de Paris qui serait la grande foire de l'Occident ».*
- 1904** Ouverture de la 1^{ère} Foire de Paris du **17 au 26 mars** au Carreau du Temple.
- 1917** Réouverture de Foire de Paris pendant la Guerre après une pause de 2 ans – Tout un symbole !
- 1924** **Foire de Paris ouvre à la Porte de Versailles : le lieu a été construit pour l'accueillir.**
- 1929** Concours Lépine s'intègre à Foire de Paris
- 1954** 50 ans de Foire de Paris
- 1957** Première Nocturne de Foire de Paris
- 1972** Le million de visiteurs est atteint
- 2005** **Naissance du Grand Prix de l'Innovation**
- 2014** Foire de Paris célèbre ses 110 ans

FOIRE DE PARIS RÉVÈLE LES TENDANCES 2015... DANS L'UNIVERS VINS & GASTRONOMIE

Pour son édition 2015, Foire de Paris a demandé à l'ObSoCo (L'Observatoire Société et Consommation)³ d'apporter son analyse des mutations économiques et sociétales et son regard prospectif sur un univers « phare » du salon, celui de la Gastronomie.

LES FRANÇAIS & LA GASTRONOMIE : LEURS NOUVEAUX BESOINS DE SINGULARISATION

Quelques chiffres clés :

- 1 Français sur 2 désire consommer autrement.
- 37% recherchent des produits bons pour la santé
- 33% recherchent des produits locaux et uniques en goût

Autant de moteurs qui guident la recherche du sens en consommation alimentaire

Source : ObSoCo, Observatoire des consommations émergentes, 2013.

MANGER, BOIRE, OUI, MAIS AVEC DU SENS

Notre alimentation n'est pas simplement purement alimentaire, **elle est d'abord culturelle**. Manger et boire est une façon d'affirmer notre identité. Et les comportements alimentaires évoluent en même temps que l'apparition de nouvelles valeurs de la société.

L'individualisme a pris le pas sur le collectif. Les repas sont devenus de véritables casse-têtes dans les foyers. A chacun son assiette : free from, allergies diverses ou « religion alimentaire » à respecter. Chacun consomme comme il l'entend et attribue un sens différent à ce qui est ingéré, souvent motivé par des raisons de santé et des convictions morales (souffrance animale, respect du vivant).

Pour autant en matière de nourriture, **l'hédonisme règne**. La table reste une fête. Parler de nourriture est en soi un plaisir gourmand. La gastronomie Française est par ailleurs une fierté nationale, le symbole d'un art de vivre ... et les fraises Tagada délicieusement régressives.

³ Créé en 2011 par Robert Rochefort, Philippe Moati et Nathalie Damery, l'Observatoire Société et Consommation (L'ObSoCo) est une société d'études et de conseil en stratégie.

Notre société valorise également, et sans que cela soit contradictoire avec l'individualisme, les éléments propres à la **rassurance**. Le besoin de signes forts d'appartenance via la consommation de plats cuisinés traditionnels, dans les dîners de réception entre amis ou en famille, est de plus en plus affirmé. La nostalgie d'une époque où le *slow* dominait, avec ses longues préparations et les cuissons lentes, plane sur les assiettes. Nostalgie dont le marketing fait écho, en proposant de redécouvrir des légumes oubliés ou les « recettes d'antan » par exemple.

Enfin **la responsabilisation** en matière alimentaire devient la règle. Le souci de réaliser moins de gaspillage (l'achat en vrac, le conditionnement par dose) témoigne de l'attention portée aux conséquences de sa consommation.

LE GOÛT, AVANT LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE ET L'ATTENTION PORTÉE À L'ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES PRODUITS ALIMENTAIRES

A la question « quels sont les aspects de la qualité des produits alimentaires auxquels vous êtes devenus plus sensible qu'il y a 5 ans », 58% des Français répondent le goût. En seconde position viennent les garanties de sécurité (49%) (ObSoCo, 2014).

Rassurés par les actions des acteurs de l'agroalimentaire en matière de sécurité, les consommateurs re-plébiscitent le goût. L'attention portée au goût est révélatrice d'une recherche active de sensations non standardisées, uniques. Les circuits courts ou l'origine d'aliments produits ou élevés en France ou en Région deviennent promesses de qualité. **Le produit « terroir » permet d'afficher une appartenance, un parti pris.** Il permet de se distinguer comme « bon » consommateur. D'autant que les attentes sur la qualité se couplent avec le désir citoyen de soutenir l'économie locale et de limiter (parfois) les dépenses de CO2.

L'époque est par ailleurs à la défiance. Défiance envers le « gros », le « grand » ; le « petit », le local, le proche, est paré de toutes les vertus. La défiance s'exprime également envers le marketing et la publicité qui deviennent synonymes de mensonge. La recherche de produits locaux ou de produits du terroir (la pépite) permet aux consommateurs de reprendre le pouvoir.

Enfin, une autre dimension ne doit pas être négligée. Il s'agit de celle, en vogue, de la **« consommation de signes de déconsommation »**. Le soutien aux AMAP, l'achat de paniers paysans, la consommation de vins bio, s'inscrivent dans ce besoin de consommer autrement, différemment, tout en affichant des valeurs profondes... ou moins. Le supermarché coopératif et participatif, La Louve, qui s'installe à Paris, surfe sur cette tendance.

CONSOMMER EN « EXPERT SACHANT DÉGUSTER »

Si manger est vital, s'alimenter est de l'ordre du confort et déguster est de l'ordre du plaisir. Pour le dire autrement **s'alimenter est de l'ordre de la subsistance, et le plaisir/la dégustation est de l'ordre de l'existence.** Car le plaisir se mérite, il est le fruit d'un apprentissage. Le sentiment de satisfaction est atteint quand les efforts fournis trouvent leur récompense. Cela dépasse de très loin la simple notion de confort qui ne nécessite aucun investissement particulier.

Ainsi en est-il pour l'alimentation et la boisson. **La dégustation « en expert » est le fruit d'un long apprentissage,** d'une véritable montée en compétence culturelle, gustative, cérémoniale et lexicale.

Apprendre à déguster un vin nécessite de la rigueur, de la méthode, des connaissances techniques diverses. Dans le même ordre d'idées, devenir gastronome ne s'improvise pas. Les apprentissages sont à la source du bonheur de la dégustation.

Les marques, les coachs individuels, les ustensiles connectés surfent sur **ce marché de l'économie de la connaissance.**

QUOI DE NEUF EN 2015 ?

Chaque année, Foire de Paris a l'ambition d'être, pour ses visiteurs, un « activateur d'émotions » et de leur faire vivre une expérience unique.

A NE PAS MANQUER : 4 JOURNÉES THÉMATIQUES

En 2015, Foire de Paris propose 4 grandes journées thématiques :

- **La journée Bretagne**, le 2 mai
- **La journée spéciale Tropiques**, le 3 mai
- **La journée des Enfants**, le 6 mai
- **La Fête de la Gastronomie**, le 8 mai (jusqu'à 22h)

L'ESPACE DESIGN ET SON « MAGASIN » - 2^{EME} EDITION

Chantal HAMAIDE, rédactrice en chef du magazine INTRAMUROS, accompagne à nouveau Foire de Paris pour la direction artistique de l'Espace Design, et la conception, avec l'aide de l'architecte d'intérieur et designer Philippe BOISSELIER, de l'exposition/ vitrine « LE MAGASIN », qui proposera des produits design sélectionnés par le magazine.

En 2015, la sélection de l'exposition portera aussi sur d'autres secteurs de Foire de Paris, comme celui du Jardin, de l'Electroménager...

L'INNOVATION AU CŒUR DE L'ÉVÈNEMENT

10^{ème} édition du Grand Prix de l'Innovation

Véritable révélateur de tendances, le GRAND PRIX DE L'INNOVATION récompense depuis 10 ans les marques proposant les meilleures innovations en matière de design, de technicité ou de confort, pour faciliter la vie des utilisateurs au quotidien. Le Jury de cette 10^{ème} édition sera présidé par Marcelo JOULIA, fondateur de l'agence Naço Architectures, à la fois architecte designer et créateur de restaurants à travers le monde.

Marcelo JOULIA, ambassadeur du Grand Prix de l'Innovation en 2015

Argentin, Marcelo JOULIA mêle dans ses projets design et architecture, bien sûr, mais aussi musique, photographie, gastronomie... c'est un concepteur brillant, qui s'enthousiasme pour la cuisine et son décor et a ouvert de nombreux restaurants à travers le monde, inspirés de sa culture latine. Il a fondé sa propre agence, Naço Architectures, voici plus de vingt ans.

Nouveauté 2015 !

Le Prix « GPI eBay des Nouveaux Entrepreneurs », lancé par Foire de Paris en partenariat avec eBay

Foire de Paris s'associe à eBay, le géant de la vente en ligne, qui permettra à une jeune entreprise, élue par le jury 2015, d'ouvrir une boutique en ligne « clé en main » sur eBay.fr avec 1 an d'assistance et d'aide à la commercialisation, ainsi qu'une dotation financière... parce que les bonnes idées n'attendent pas !

ASTORIA, spécialiste français des centrales vapeurs, a remporté le Prix « Coup de cœur du Jury » du GRAND PRIX DE L'INNOVATION 2014 avec la « Centrale vapeur Clic'n Steam », et son système exclusif « Dual-Connect⁴ ».

Pour Yves Delzenne, directeur d'Astoria, remporter ce prix lui a permis de relancer sa marque sur le marché français : « Foire de Paris, avec ses 600.000 visiteurs et les nombreuses retombées presse et TV qu'elle génère, représente une vitrine exceptionnelle pour une marque comme la nôtre. En outre, le GPI est une institution reconnue par le grand public et tous les acteurs de la distribution. Malgré les turbulences des années précédentes, Astoria a pu démontrer que son dynamisme et sa capacité d'innovation étaient intacts. La participation au GPI et, surtout, la récompense du Jury, ont grandement facilité le référencement de Clic'n Steam en magasin. »

ATELIERS CULINAIRES

Chaque jour, des recettes sont élaborées pour faire saliver les visiteurs. Faciles à réaliser, rapides et surtout détonantes, elles surfent sur les tendances gastronomiques et culinaires, afin de faire partager, le temps d'un atelier, un moment savoureux et convivial.

Gourmandise, créativité et émotion sont au rendez-vous.

SUMMER FEST, OU L'ÉTÉ AVANT L'ÉTÉ

Pique-niquer entre amis, bronzer en terrasse, se prélasser autour de la piscine, découvrir les activités de plage... L'été offre une multitude de petits plaisirs.

C'est dans cet esprit que Foire de Paris installe, cette année, dans l'allée centrale, une scène, des ateliers et des animations qui côtoieront une offre commerciale pour proposer un parcours ensoleillé et interactif aux visiteurs.

Au cœur de SUMMER FEST :

- Un village Food Trucks
- Des animations quotidiennes : aire de pétanque, espace transat, défilés, performances musicales....

FESTIVAL TROPIQUES EN FÊTE – 15ÈME ÉDITION

Le festival accueillera cette année une soixantaine de spectacles variés en « live », aux couleurs des îles de l'Outre-mer. Mode, musiques actuelles et traditionnelles... tous les talents seront réunis pour faire voyager les visiteurs durant les 12 jours de Foire de Paris.

Le plateau artistique est monté en partenariat avec les exposants (Terre des tropiques et Richesses du monde).

⁴ Clic'n Steam est une centrale vapeur, plutôt dédiée aux grandes séances de repassage ; lorsqu'il n'y a qu'une pièce à repasser, le fer se détache de la centrale et fonctionne de manière indépendante.

ATELIERS BRICOLAGE

Qu'ils soient novices ou initiés, les visiteurs pourront participer à des ateliers de bricolage inédits en partenariat avec Système D et LEROY MERLIN.

COACHING ET ATELIERS DE L'HABITAT

Les institutions des métiers de l'habitat (architectes, artisans, médiateurs et domoticiens) reçoivent chaque jour gratuitement plus de 100 particuliers pour répondre à leurs questions d'architecture, d'aménagement, de travaux, de construction et de maîtrise énergétique.

En partenariat avec la CROAIF (Chambre Régionale de l'Ordre des Architectes d'Île-de-France), la CAPEB (Confédération des artisans et des petites entreprises du bâtiment du Grand Paris), la CPMN (Chambre Professionnelle de la Médiation et de la Négociation) et la FFD (Fédération Française de la Domotique).

Cet espace propose des table-rondes, des consultations gratuites et des mini-conférences.

CONCOURS DES VINS

Reconduit à nouveau, ce concours est organisé par la Compagnie des Courtiers-Jurés-experts piqueurs de Vins de Paris. Il s'adresse uniquement aux exposants du salon. L'ambition de cette Compagnie est de promouvoir la qualité des vins proposés et de donner aux visiteurs des repères pour acheter mieux, « déguster bon » et se constituer une cave de qualité.

Les travaux de dégustation du millésime 2015 du Concours des Vins aura lieu le 4 mars et les résultats seront connus à la fin du mois.

PERSONAL SHOPPER ET PORTAGE

Afin d'accompagner au mieux les visiteurs ayant un projet d'aménagement, Foire de Paris propose un service VIP ultra personnalisé : le **Personal Shopper**.

Une équipe de concierges experts en conseil d'aménagement de l'habitat accueillera ces visiteurs privilégiés dans un espace VIP pour en savoir plus sur leurs besoins. Ils définiront ensemble un parcours personnalisé et établiront un programme de rencontres sur rendez-vous avec des experts & coachs ainsi qu'avec les marques exposantes.

Foire de Paris propose aussi **un service de portage**, pour se balader l'esprit léger. Sur simple demande, les achats des visiteurs sont acheminés jusqu'aux parkings C, F et R.

INFORMATIONS PRATIQUES

DATE ET LIEU

29 avril – 10 mai 2015

Paris expo Porte de Versailles, 75015 PARIS

HORAIRES

Tous les jours de **10h à 19h**

Nocturne le **vendredi 8 mai jusqu'à 22h** pour la Fête de la Gastronomie (pavillons 3, 5.2, allée centrale, food trucks).

PROGRAMMATION

Inauguration : 29 avril

Journée Bretagne : samedi 2 mai

Journée spéciale Tropiques : dimanche 3 mai

Journée des Enfants : mercredi 6 mai

Fête de la Gastronomie : vendredi 8 mai (jusqu'à 22h)

FOIRE DE PARIS 2015

111 ANS : 12 jours d'ouverture, du 29 avril au 10 mai

5 univers : maison & habitat, métiers d'arts & culture du monde, bien être, mode & accessoires, loisirs & vie pratique, vins & gastronomie.

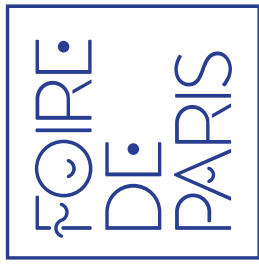
200 000 m², 3 500 marques, 20 secteurs

Près de 600 000 visiteurs attendus

Des centaines d'animations originales et conviviales

Toute l'actualité sur l'espace Presse de www.foiredeparis.fr

PLAN DÉTAILLÉ DE FOIRE DE PARIS 2015



29 AVRIL - 10 MAI 2015
PARIS EXPO PORTE DE VERSAILLES FRANCE



Maison & habitat

- Pav. 1 : Jardin - Véranda - Piscine/Spa
- Pav. 2.2 et 2.3 : Cheminée
- Pav. 4 : Ameublement & Décoration - Espace Design
- Pav. 7.1 : Ameublement & Décoration
- Pav. 7.2 : Construction & Rénovation - Salle de bains
- Pav. 7.3 : Cuisine - Electroménager, Image, Son, Multimédia, High-tech

Métiers d'art & cultures du Monde

- Pav. 2.2 : Artisanat et métiers d'art
- Pav. 3 : Richesses du Monde - Terres des tropiques

Vins & gastronomie

- Pav. 5.2 : Vins & gastronomie

Beauté & bien-être

- Pav. 2.1 : Mode & accessoires
- Pav. 5.1 : Beauté & bien-être

Loisirs & Vie pratique

- Pav. 1 : Loisirs (sports, jeux, jouets et loisirs numériques)
- La vie urbaine* NEW
- Pav. 2.1 : Loisirs créatifs - Démonstrateurs

A Village des Food Trucks **C** Summer Fest

B Boite coquine

- P** Parking
- M** Métro
- T** Tramway
- BUS** Bus

*Nom du secteur non définitif au 17/11/14.

CONTACTS PRESSE

PRESSE ECRITE ET DIGITALE – RPCA

Francis FIEVET-MAILHEBIU – F.Fievet-Mailhebiau@rpca.fr

Cathy BUBBE – c.bubbe@rpca.fr

Tél : 01 42 30 81 00

PRESSE AUDIOVISUELLE

Pierre BARBE – pierre.barbe@comexposium.com

Estelle BIGOURET – estelle.bigouret@comexposium.com

Tél : 01 76 77 14 93

Rendez-vous du 29 avril au 10 mai 2015
à Paris expo Porte de Versailles

Suivez nous sur :

#ICICESTFOIREDEPARIS



www.foiredeparis.fr