



29 AVRIL · 8 MAI 2016
PARIS EXPO PORTE DE VERSAILLES FRANCE

DOSSIER DE PRESSE

**L'INNOVATION DANS L'UNIVERS
DU FOOD – VINS & GASTRONOMIE**

**PLACE À L'EXPÉRIENCE ET AUX
NOUVEAUX SERVICES**



ÉDITORIAL

PAR CARINE PRÉTERRE, DIRECTRICE DE FOIRE DE PARIS

En 2016, Foire de Paris, se réinvente pour partager, plus que jamais, un esprit qui lui est propre : celui de l'innovation permanente et accessible¹.

L'innovation permanente, car depuis 1904, Foire de Paris dévoile aux visiteurs les dernières nouveautés, grandes innovations ou petites curiosités qui viennent embellir leur quotidien.

L'innovation accessible, car chacun vient y chercher – et y trouver - sa « dose » d'innovation et de curiosité, avec la certitude d'une (ou de plusieurs) découverte(s).

L'esprit de l'innovation de Foire de Paris n'est pas seulement dans la technologie, il est aussi dans l'histoire et l'origine d'un produit, amusant, esthétique ou fonctionnel, et souvent dans son intelligence.

Depuis sa création, de nombreux objets ont été découverts grâce au Concours Lépine puis adoptés par le grand public, du 1^{er} stylo à bille au 1^{er} aspirateur, en passant par la 1^{ère} tondeuse à gazon !

C'est aussi l'ambition du Grand Prix de l'Innovation, qui depuis plus de 10 ans maintenant présente au grand public les dernières nouveautés en matière d'électroménager et de smart home.

C'est enfin celle de Maker Faire Paris, qui pour la 2^{ème} année consécutive, accueillera ces makers qui sont les nouveaux innovateurs des temps modernes.

Pour mieux servir cet esprit d'innovation, Foire de Paris propose aux visiteurs 3 grands pôles - Habitat, Gastronomie & Shopping – pour leur faire vivre une nouvelle expérience de visite.

Parce que chacun fait son shopping différemment, chaque visiteur doit pouvoir vivre **une expérience shopping unique et personnalisée.**

C'est pourquoi, en 2016, Foire de Paris crée l'Espace Services : garderie d'enfants, conciergerie, nouveau service « shopping mains libres », personal shopper, et toujours des ateliers, du coaching personnalisé de déco, des conseils d'experts en aménagement de l'habitat, permettant de faire des achats plus éclairés.

Foire de Paris met en scène le pôle Gastronomie dans 3 pavillons (2.2, 2.3 & 3.).

Cette offre constitue une sélection exceptionnelle de talents culinaires issus du monde entier, en un même lieu : Vins & gastronomie • Richesses du Monde • Terre des tropiques • Village des Food Trucks.

Du 29 avril au 8 mai 2016, Foire de Paris sera à nouveau le rendez-vous de l'innovation et de la découverte.

¹ Pour 93% des visiteurs, Foire de Paris est LE lieu d'innovations et de nouveautés du printemps (source enquête visiteurs MRCC Foire de Paris 2015).

FOIRE DE PARIS, UNE MARQUE EXCEPTIONNELLE GÉNÉRATRICE D'IMAGE, DE FLUX ET DE BUSINESS

1^{er} événement commercial et festif d'Europe, Foire de Paris 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 **560 000 visiteurs** qui dépensent en moyenne **448 €** dans les secteurs Maison & Habitat, Métiers d'Arts & Culture du monde, Bien-être, Mode & Accessoires, Loisirs & Vie pratique, Vins & Gastronomie.

Chaque année, plus de 70% 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, permet d'en faire le rendez-vous commercial le plus visible en France au moment du printemps.

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.

Un lieu de business incontournable² pour les marques présentes

- Un taux de notoriété de 98% auprès des franciliens
- 86% d'acheteurs avec un panier moyen de 448 €
- 85% de visiteurs satisfaits
- 91% d' visiteurs motivés **par la curiosité et la découverte**
- 67% de visiteurs âgés de 35 ans et +
- 59% de CSP +

Et l'opportunité de développer sa visibilité

- Foire de Paris, **une marque connectée** :
 - avec une audience de 1,4 million de visiteurs uniques sur le site en 1 an,
 - 90 000 fans su Facebook,
 - 461 000 vues sur Youtube
- Des **retombées médiatiques d'envergure** :
 - 1 425 parutions dans la presse écrite et web
 - 5h30 de retombées TV
 - + de 30 h de temps d'antenne radio

² Source : Etude visiteurs MRCC 2015

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** Foire de Paris accueille le concours Lépine
- 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

3 UNIVERS POUR PRÉSENTER LE PLUS GRAND PÔLE D'INNOVATIONS ET DE NOUVEAUTÉS D'EUROPE : Habitat, Shopping & Gastronomie.

Pôle Gastronomie

Ce Pôle regroupe 3 grands secteurs : Vins & Gastronomie, Richesses du Monde & Terre des Tropiques, Village des Food Trucks.

Il devient en 2016 **un véritable festival culinaire**, LE rendez-vous des gourmands et des bons vivants. Les produits du terroir et plats traditionnels y côtoient les dernières nouveautés pour proposer aux visiteurs **un tour du monde du goût**.

L'univers **Vins et Gastronomie** y reste le repaire des gourmets et des amateurs de bonnes bouteilles.

Les Food Trucks, tendances et toujours là où on ne les attend pas, sont aussi à Foire de Paris pour offrir des plaisirs gourmands simples et sophistiqués. Ils sont réunis devant les pavillons 2.2 et 3 où chaque visiteur pourra, selon son humeur et sa curiosité gustative, choisir son instant gourmet.

Le Pôle Gastronomie intègre aussi, pour la première fois, l'univers **Richesses du Monde**, LE rendez-vous des spécialités culinaires et des savoir-faire artisanaux le plus riche et le plus foisonnant d'Europe, avec des talents et des offres provenant de plus de 50 régions, de l'Europe à l'Asie en passant par l'Amérique, l'Afrique et le reste du monde.

Les infos clés du Pôle

- Plus de 250 exposants
- 334 000 visiteurs en 2015
- Près de 80% des exposants renouvellent leur présence chaque année

Nouvelle implantation :

Pavillons 2.2, 2.3 & 3 : Vins & Gastronomie

Pavillon 3 : Richesses du Monde & Terre des Tropiques

Devant les Pavillons 2.2 et 3 : Village des Food Trucks

Les infos clés côté visiteurs

- Un pôle dans le Top 3 des motivations de visites
- 89% de visiteurs satisfaits de l'offre Vins & Gastronomie
- 86% ont effectué un achat ou une prise de commande sur Foire de Paris en 2015

Les animations phares du pôle Gastronomie :

En 2016, **le Festival Tropiques en Fête revient à Foire de Paris**, avec une soixantaine de spectacles Live et variés aux couleurs des îles et de l'Outremer.

Et deux grandes escales : 4 spectacles dédiés au Vietnam et 1 journée spéciale Amérique Latine.

Animations et concours de barmen jongleur avec Jeffrey Verquin (alias IOO FLAIR), double champion de France de **Flair Bartending**.

Tous les jours : 5 spectacles d'une heure.

2 nocturnes thématiques :

- Mardi 3 mai : Le Carnaval fait son bal
- Vendredi 6 mai : Hommage à Kassav

Ce programme artistique est organisé en partenariat avec les exposants de Terres des Tropiques et Richesses du Monde.

Pôle Habitat

Chaque année, les exposants sont plus nombreux à présenter leurs solutions et dernières innovations pour l'ameublement et la décoration, le chauffage naturel grâce aux poêles et cheminées... De la chambre à la cuisine en passant par les vérandas, l'offre de Foire de Paris est unique en Europe en termes d'exhaustivité.

En 2016, le Pôle Habitat s'étend sur 4 pavillons (Pavillons 1, 4, 7.1 et 7.2) pour constituer un véritable Salon de l'Habitat au sein de Foire de Paris.

Les infos clés du Pôle Habitat

- 700 exposants
- 255 000 visiteurs en 2015
- Plus de 76% des exposants renouvellent leur confiance chaque année

Nouvelle implantation :

5 secteurs au sein du Pôle Habitat couvrent tout l'univers dédié à la maison :

Pavillon 1 : Jardin – Véranda – Piscine – Spa, Construction & Rénovation, Cheminée

- Des solutions pour mieux vivre à l'extérieur : Jardin – Véranda – Piscine/Spa
- Le plus grand salon européen dédié à la cheminée et au poêle
- Une offre dédiée à la construction et la rénovation de son habitat, qui propose des services pour faire des économies d'énergie, l'économie de partage...

Pavillons 4 et 7.1 : Ameublement & Décoration – Literie

- Un secteur qui valorise le savoir faire des fabricants français et internationaux de mobilier et de design.

Pavillon 7.2 : Cuisine, Electroménager, Image, Son, Multimédia, Hight-Tech, Objets connectés, Salle de bains et Grand Prix de l'Innovation

- L'innovation au cœur de la Cuisine - Electroménager, Image, Son, Multimédia avec la 11^e édition du Grand prix de l'Innovation.

Parmi les marques présentes en 2016 :

- **Côté Ameublement, Décoration, Literie :** Ligne Roset, Cinna, Roche Bobois, Celio, Gautier, Mobilier de France, Cuir Center, Natuzzi, Steiner, Tolix, Tempur Treca, Bultex...
- **Côté Construction & Rénovation :** Culligan, Daitem, De Dietrich, EDF, Fichet, Hilzinger, Internorm, Nexity, Scüco, Tryba, Velux, Viessmann, Engie, Placoplatre, Maisons Pierre...
- **Côté Cheminée :** Austroflamm, Brisach, Cheminées Philippe, Godin, Hase, Invicta, Oligier, Seguin, Totem Fire, GODIN, SPEETA, Atelier Céramique Régnier....

- **Côté Cuisine :** Linea Quattro, Cuisines Schmidt, Leicht, Arritel Cucine, Cuisines Teissa.
- **Côté Electroménager – Image & Son – Multimédia, High tech :** Miele, Magimix, Kenwood, Vorwerk Thermomix, Bosch, Gaggenau.
- **Côté Jardin & Véranda / Camping-Caravaning :** Akenas Verandas, Honola, Le Marquier, Véranda Rideau, Dirny, Forge Adour, Vie et Veranda
- **Côté Piscine / Spa / Abris :** Clair Azur, Abrisud, Excel Piscine, Nordique France, Piscinelle

Les infos clés côté visiteurs

- Le panier moyen d'achat au sein du pôle Habitat : 3 719 €³
- 68% sont propriétaires de leur habitation principale
- 21% ont une résidence secondaire
- 76% ont un jardin et/ou un balcon
- 86% des visiteurs ont effectué un achat ou une prise de commande sur Foire de Paris en 2015
- 1/3 des visiteurs sont des « porteurs de projets »

Les trois animations phares du pôle Habitat :

- **Les Experts de l'Habitat** (en partenariat avec le Conseil Régional de l'Ordre des Architectes d'Ile de France), avec une brigade d'architectes qui proposeront gracieusement des solutions sur mesure et des diagnostics complets aux visiteurs porteurs de projets.
En partenariat avec la CAPEB⁴ et la FFD⁵.
- **Les Experts Décoration** (en partenariat avec Homelovers), avec des architectes d'intérieur/décorateurs qui conseilleront gratuitement les visiteurs dans leurs travaux de rénovation, depuis le simple conseil à l'accompagnement durant les travaux (conception des plans 2D, plans techniques, conception 3D, recherche de décoration...).
New en 2016 ! Il sera possible de revendre son meuble pendant Foire de Paris avec GoodMorningdesign.fr (le site qui donne plusieurs vies aux meubles).
- **Le Grand Prix de l'Innovation (11^{ème} édition) :** Véritable révélateur de tendances, le GRAND PRIX DE L'INNOVATION (GPI) récompense depuis 11 ans les marques proposant les meilleures innovations en matière de design, de technicité ou de confort, pour faciliter la vie des utilisateurs au quotidien.
Ce sera aussi la 2^{ème} édition du Prix « GPI eBay des Nouveaux entrepreneurs » permettant à une jeune entreprise, d'ouvrir sa boutique en ligne « clé en main ».

³ Source : enquête visiteurs 2014

⁴ Confédération de l'Artisanat et des Petites Entreprises du Bâtiment.

⁵ Fédération Française de Domotique.

Pôle Shopping

Ce nouveau Pôle réunit l'offre Beauté & Bien être, Mode & Accessoires, Loisirs créatifs et Artisanat & Métiers d'art, pour proposer un immense espace Shopping dédié aux achats « coup de cœur » : produits découvertes et curiosités, petits produits inédits, fabrications artisanales, ou achats plaisir « derniers cris », que plébiscitent les visiteurs de Foire de Paris.

New en 2016 ! L'espace Découvertes, ouvert aux jeunes entreprises innovantes, propose de vraies trouvailles ludiques et originales, telles que :

- **Caliquo**, qui propose des rasoirs et brosses à dents avec manches en bois écologiques (on ne remplace que les lames usées et non tout le rasoir).
- **Les petites serviettes** : une nouvelle expérience raffinée de petites serviettes de tables compressées en pastilles, qui se transforment en lingettes rafraichissantes. 100% coton et biodégradables.
- **Alegory** : La marque qui transforme les chaussures (et leurs usages), en proposant des talons modulables. Boulot ou soirée chic ? La ballerine se customise...

Les infos clés du Pôle

- Plus de 500 exposants
- 300 000 visiteurs
- Plus de 60% des exposants renouvellent leur présence chaque année

Nouvelle implantation :

Pavillons 2.1 : Beauté & Bien-être, Mode & Accessoires

Pavillon 3 : Richesses du Monde, Terre des Tropiques

Pont des expositions : Artisanat & Métiers d'art

Pavillon 5.2 : Démonstrateurs, loisirs (sports, jeux, jouets et loisirs numériques), Animations, Espace service visiteurs

Les infos clés du secteur

- 54% des visiteurs sont des femmes dont la moyenne d'âge est de 48 ans
- 69% des visiteurs sont satisfaits par l'offre
- 86% des visiteurs ont effectué un achat ou une prise de commande sur Foire de Paris en 2015

FOIRE DE PARIS DÉCRYPTE L'INNOVATION EN 2016 DANS L'UNIVERS DU FOOD – VINS & GASTRONOMIE

Pour son édition 2016, Foire de Paris a demandé à l'ObSoCo (L'Observatoire Société et Consommation)⁶ d'apporter son analyse des mutations économiques et sociétales et son regard prospectif sur ce que représente l'innovation dans un univers « phare » du salon, celui de la Gastronomie.

POUR L'OBSOCO, PLACE À L'EXPÉRIENCE ET AUX NOUVEAUX SERVICES POUR RÉPONDRE AUX ATTENTES DE LA VIE MODERNE

Chiffres clés :

- 1 repas sur 2 est pris hors domicile
- 15% des Français vivent seuls (vs 6% en 1960)

La cuisine (la gastronomie, le vin) est un acte social et culturel qui se vit en tension entre deux tendances : la tradition et la modernité.

D'une part, il s'agit d'une activité ritualisée, encadrée par des règles (les règles de table, la composition des repas : entrée, plat, dessert et non l'inverse).

D'autre part, les nouvelles pratiques individuelles sont essentiellement guidées par le souci de soi, l'appétence à la diversité et à la possibilité de choix.

Si la première tendance s'exprime aujourd'hui essentiellement dans les moments de loisirs⁷ (week-end, vacances ...), elle n'en demeure pas moins importante (le repas comme lien social, la tradition, le lien avec la nature, avec le passé, la transmission générationnelle, et le regard que les tiers peuvent poser sur nos pratiques alimentaires).

L'autre tendance épouse nos modes de vie, nos envies, nos contraintes et nos besoins.

C'est précisément dans cette tension entre la tradition et les nouveaux modes de vie que s'épanouit l'innovation. Cela en est même la condition. La tradition est un point d'ancrage sur lequel l'innovation peut s'arrimer.

Par ailleurs, l'innovation est également une posture et une vraie source de richesse pour les acteurs économiques. **Face aux géants de l'alimentaire ou des boissons, la nécessité est grande, pour les artisans ou les TPE de faire plus malin, mieux adapté, plus agile...** voire de créer des marchés de niche afin de créer la surprise, l'appétence et l'adaptation précise aux besoins.

⁶ 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.

⁷ Voir les travaux de Jean-Pierre POULAIN.

DE NOUVELLES EXPÉRIENCES

La modernité n'est pas « table rase du passé », mais essentiellement l'expression d'un autre rapport à soi et au monde. Cela s'exprime **par l'individualisme, l'hédonisme, la recherche permanente de nouvelles expériences** qui permettent de se sentir en phase avec le monde qui évolue. Ces expériences nous font éprouver des sentiments, des sensations, nous réjouissent, nous émeuvent et souvent, au fond, nous rassurent.

La tradition revisitée, d'ici ou d'ailleurs, en est le premier exemple. Le vin du Canada connaît un certain succès (effet du réchauffement climatique ?). Après les légumes oubliés, les graines anciennes (le teff, le millet, le kamut) se redécouvrent en plats énergisants. Les goûts et les textures alimentaires se renouvellent pour offrir une expérience originale de dégustation.

Les arts de la table ne sont pas en reste : les assiettes traditionnelles cèdent la place aux bols (japonais ou autres). Le « power bowl », d'ailleurs, stimule les posts sur Pinterest.⁸

La personnalisation et l'individualisation. Huiles aromatisée maison, kits (Beendhi)... entre le faire soi-même et la création de son propre parcours gastronomique, **les innovations accompagnent les initiatives individuelles.** Dans le même ordre d'idées, des chocolatiers écrivent, à la demande, les prénoms des enfants sur les œufs de Pâques.

La rassurance, le local, le lien social étendent cette notion d'expérience.

Le Champagne de petits producteurs devient un must (c'est moi qui l'ai déniché !), les bières rares, artisanales sont prisées (en 1980, il ne restait que 22 brasseries en France, aujourd'hui il en existe plus de 600).

Le bio, la nature et le naturel s'affirment avec le boom des vins naturels.

Dans le même ordre d'idée, du côté du packaging, on joue la carte de la transparence avec des papillotes en film étirable, des soupes ou autres produits présentés « simplement », dans toute leur naturalité.

L'ensemble contribue au sentiment de lien et de relations interpersonnelles, décroissonnées, « au plus près ». Il y a là une dimension sociétale évidente. L'affirmation des politiques RSE est dans le même registre : ne pas nuire à autrui ou à la planète, respecter des principes d'intégrité.

Cette approche de l'innovation ne saurait être complète **sans l'apport des technologies de relation.** Des apps se multiplient dans le domaine du vin (pour connaître les produits, en connaître l'histoire... ou surveiller sa cave). Marmiton renforce l'expérience, via les échanges avec des passionné(e)s de cuisine.

⁸ ELLE - <http://www.elle.fr/Elle-a-Table/Les-dossiers-de-la-redaction/News-de-la-redaction/Tendances-culinaires>

DES RÉPONSES À DE NOUVELLES FAÇONS DE VIVRE

1 repas sur 2 est pris hors domicile. La part de personnes vivant seules a plus que doublé depuis les années 1960, elle est passée de 6 à 15 %⁹. La conscience que nos ressources sont limitées commence à modifier sensiblement nos pratiques. Les Français vieillissent. De nouvelles cultures s'installent.

Le « street-food » et le snack se diversifient. Les bentos font concurrence aux traditionnels ou exotiques sandwiches. Les packagings « frustration free » facilitent la vie : ils sont aisés à ouvrir, ils résistent au transport. Les offres s'adaptent aux nouvelles formes de mobilités : **McBike**, présent à Copenhague, Amsterdam et Tokyo est le nouveau service de McDonald. Il permet de repartir avec un menu complet, dans un packaging adapté, accroché à votre vélo. Inspirés des formats « street-food », de nouveaux produits aux proportions réduites, faciles à déguster, les « mini » mets se multiplient. Le format « solo » est de plus en plus coloré, gai ou luxueux, comme s'il fallait sublimer le repas pris souvent seul.

La lutte anti-gaspi entre dans les mœurs. Dans le domaine du vin, le système Coravin permet de déguster son vin sans ouvrir la bouteille. En Ile-de-France, près de 60% des habitants déclarent ne pas finir leur assiette au restaurant : le « doggy bag » se généralise. A l'occasion de la COP 21, 100 restaurants parisiens se sont inscrits dans cette démarche et, depuis, les mettent à la disposition de leurs clients.

La rationalisation, la réduction de l'effort ou encore la précision, expliquent l'engouement pour les fours multifonction, la cuisson sous vide à basse température, les fours électronique, les thermoplongeurs.

Enfin, la révolution des imprimantes 3D alimentaires ne fait que commencer.

Capables d'imprimer toute forme de chocolat ou de pâtes, de gâteaux... leurs applications sont pleines de surprise. Le secteur de la gastronomie de luxe s'en empare.

Les 3D alimentaires peuvent également apporter des solutions aux personnes âgées. Des recherches se font pour améliorer les techniques et proposer des plats conçus pour lutter contre les carences, adaptés aux besoins énergétiques de chacun et facilitant la prise d'aliments par des textures mixées, hachées, ou encore moulinés. De quoi stimuler les appétits et redonner le sens du mot joie aux repas.

L'innovation dans la gastronomie : quelles clés de succès ?

La crainte majeure à propos de l'innovation est celle de la perte de l'identité alimentaire. Notre imaginaire fonctionne encore aujourd'hui sur une vision idéalisée de la nature, du rural, du temps long, de la socialité. Ainsi, les innovations qui fonctionnent sont celles qui (même si on les appelle « de rupture ») s'appuient sur cet imaginaire, qui le renouvelle, le refaçonne, en l'inscrivant dans une origine et surtout, en lui donnant du sens.

⁹ INSEE.

QUOI DE NEUF EN 2016 ?

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.

Le nouvel Espace Services

Parce que chacun fait son shopping différemment, Foire de Paris développe cette année une gamme de services qui répond aux attentes de chacun et enrichit le parcours de visite : conciergerie, « shopping mains libres », le nouvel accueil premium...

Maker Faire Paris

Penser, Faire, Transmettre

Pour émerveiller les visiteurs, et pour la 2^e année consécutive, Foire de Paris accueillera l'événement mondial du mouvement des Makers du 30 avril au 1^{er} mai.

Le printemps du Do It Yourself, by Création et Savoir faire du 5 au 8 mai

La première édition du nouveau rendez-vous créatif imaginé par Créations & Savoir Faire, rejoint Foire de Paris sur 4 jours. Un événement placé sous le signe du partage et de la créativité et 100% dédié aux apprentis DIYers comme aux plus confirmés, pour dénicher les dernières tendances et trouvailles du printemps.

Les nocturnes du mardi 3 et vendredi 6 mai, avec une « nuit du shopping » le 3 mai.

Moments de grâce très appréciés des fidèles de Foire de Paris, les nocturnes étirent les journées jusqu'à 22h00 et transforment les soirées en fêtes.

Le pass premium, qui propose un accès illimité à Foire de Paris au visiteur et son invité, ainsi que l'accès au service d'accueil premium.

INFORMATIONS PRATIQUES

DATE ET LIEU

29 avril – 8 mai 2016

Paris expo Porte de Versailles, 75015 PARIS

HORAIRES

Tous les jours de **10h à 19h**

2 nocturnes les **mardi 3 et vendredi 6 mai jusqu'à 22h**

FOIRE DE PARIS 2016

112 ANS : 10 jours d'ouverture, du 29 avril au 8 mai

3 grands pôles : Habitat, Shopping & Gastronomie.

200 000 m², 3 500 marques, 20 secteurs

Près de 560 000 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 2016



HABITAT

- Pav. 1** : Jardin - Véranda - Piscine - Spa
Construction & Rénovation
Cheminée
- Pav. 4** : Ameublement & Décoration
- Pav. 7.1** : Ameublement & Décoration - Literie
- Pav. 7.2** : Cuisine
Electroménager, Image, Son,
Multimédia, High-tech,
Objets connectés
Salle de bains

GASTRONOMIE

- Pav. 2.2, 2.3 & 3** : Vins & gastronomie
- Pav. 3** : Richesses du Monde
Terres des tropiques
Village des Food Trucks

SHOPPING

- Pav. 2.1** : Beauté & bien-être,
Mode & accessoires,
Loisirs créatifs
- Pav. 3** : Richesses du Monde
Terres des tropiques
- Pav. 5.2** : Pont des Expositions : Artisanat & métiers d'art
Démonstrateurs
Loisirs (sports, jeux, jouets
et loisirs numériques)
Animations
Espace services visiteurs

NEW ! Projets en cours - Pav. 5.1



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 8 mai 2016
à Paris expo Porte de Versailles**

Suivez nous sur :

#FOIREDEPARIS



www.foiredeparis.fr

Le groupe COMEXPOSIUM, l'un des leaders mondiaux de l'organisation d'événements, est impliqué dans plus de **170 manifestations BtoC et BtoB**, couvrant **11 secteurs d'activité** aussi variés que l'agroalimentaire, l'agriculture, la mode, la sécurité intérieure des Etats, la construction, le high-tech, l'optique et les transports. COMEXPOSIUM accueille **45 000 exposants** et plus de **3 millions de visiteurs** dans **23 pays à travers le monde entier**.