



TASTE FRANCE 2025

Programme d'actions B2C

Hopscotch Season a pour mission de déployer la campagne consommateur Taste France du ministère de l'Agriculture jusqu'en 2026



Taste France B2C est une campagne de communication 360° activée dans 25 pays, organisée autour d'une programmation événementielle amplifiée par un écosystème digital en pleine croissance.



Notre objectif ? Communiquer auprès des **consommateurs à l'étranger** afin d'accroître auprès d'eux la notoriété des produits français et favoriser leur volume d'exports.



Participer à la campagne Taste France, c'est :

- Profiter de l'image positive associée à une bannière Taste France apportant **notoriété et crédibilité**
- Être présents sur des festivals consommateurs et **actions d'envergure à forte visibilité**
- Accélérer le **référencement** dans des enseignes partenaires
- Être accompagné pour pénétrer de **nouveaux marchés**
... le tout avec un **financement à 70% par le ministère de l'Agriculture**



**Voir la vidéo
de présentation**





Une campagne consommateur 100% à l'international

Un déploiement principalement grâce à des événements dans **10 marchés-cibles**
Allemagne - UK - Espagne - US - Canada - Arabie Saoudite
- Émirats Arabes Unis - Chine - Hong Kong - Japon



Des packages sur mesure pour des actions clés en main

Des **opérations gérées de A à Z** par nos équipes, avec la possibilité de disposer d'un contact unique pour une interface efficace



Des actions d'envergure à un coût très avantageux

Une **campagne financée à 70% par le ministère de l'Agriculture** qui vous permet de bénéficier de tarifs très attractifs



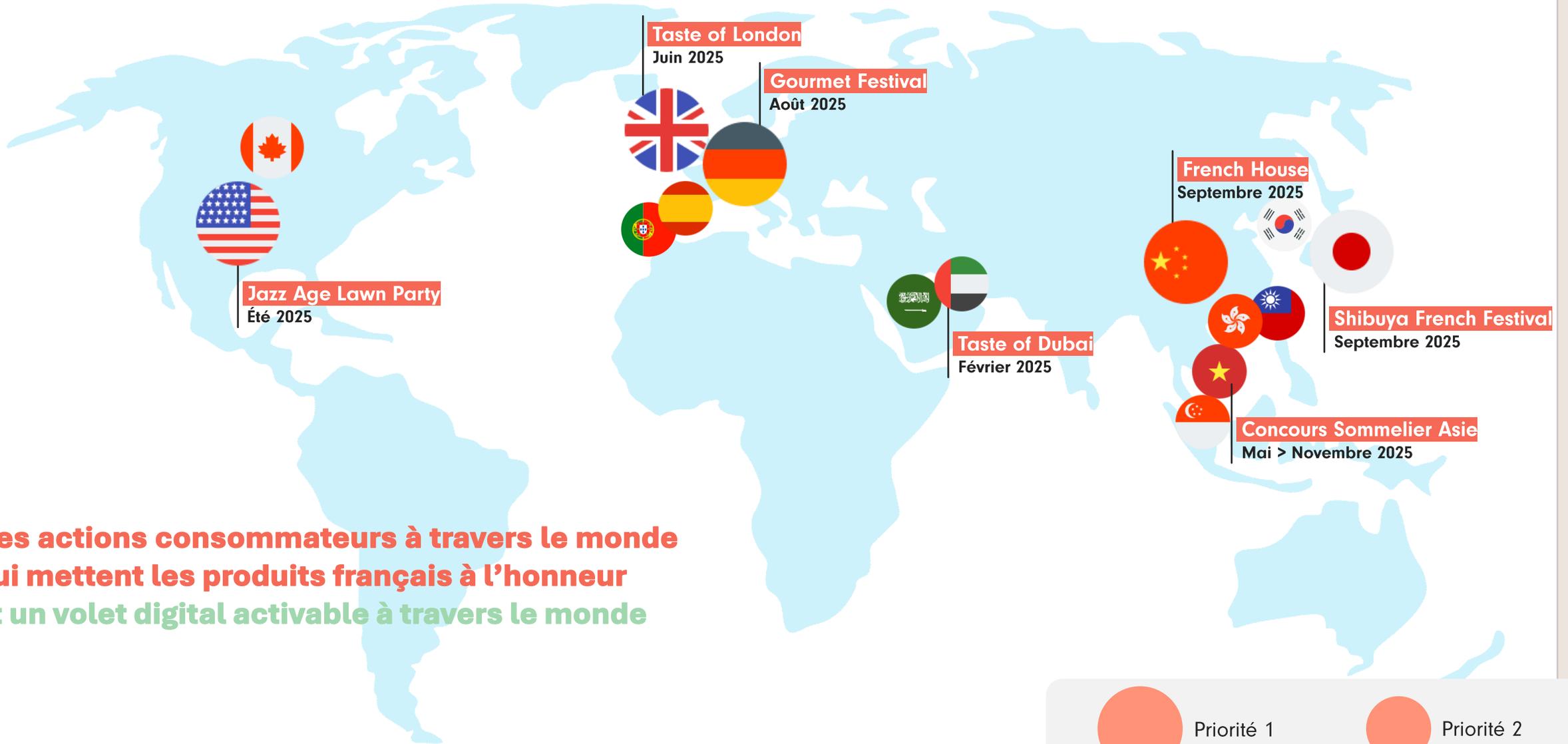
Vision globale, expertise locale

Des **experts en France et à l'étranger** pour vous proposer des actions de qualité, **au contact des tendances** de consommation

La campagne de référence pour la promotion de produits agroalimentaires français à l'international

NOS PARTENAIRES





Des actions consommateurs à travers le monde qui mettent les produits français à l'honneur et un volet digital activable à travers le monde



Priorité 1



Priorité 2



✓ Opération reconduite pour 2025

Shibuya French Festival

Événement consommateur propriétaire

La troisième édition de notre emblématique festival consommateur en plein cœur de Tokyo s'est déroulée en 2023, portée par notre « marché » dédié à l'achat et dégustation de produits français, en présence de chefs réputés au Japon et complétée par une *restaurant week* dans 45+ restaurants partenaires mettant en avant des menus d'accords mets / vins français. L'opération a été et amplifiée grâce à une opération influenceurs et la force de notre partenariat renouvelé avec le **groupe Tokyu**, permettant une vaste campagne d'affichage.

- **3 800+ visiteurs** sur l'espace marché
- Campagne d'affichage avec **+150M impressions**
- **45+ retombées presse** avec **+100M impressions**
- **95% des visiteurs** ont déclaré souhaiter revenir sur la prochaine édition et **87%** estiment avoir accru leurs connaissances sur les produits agri-agro français



Voir la vidéo bilan





✓ Opération reconduite pour 2025

Taste of London

Événement consommateur

Depuis 2019, Taste France s'impose comme un exposant majeur du célèbre festival Taste of London, qui attire chaque année plus de 50,000 visiteurs à Regent's Park. Avec plus de **150m2 dédiés aux produits français**, notre pavillon propose une expérience conviviale aux visiteurs avec un bar et sa large terrasse, une épicerie française et un espace dédié aux cooking shows et masterclass.

- **15 000+ visiteurs** sur le stand
- **25+ masterclasses** organisées attirant **330+ participants**
- **300 000+ contacts touchés** grâce à l'amplification digitale et aux influenceurs

Taste
France™



Voir la vidéo bilan



INTER RHÔNE
ENTREPRISES FRANÇAISES
DE CONSERVES D'ALIMENTATION

PAYS D'OC
Indication Géographique Protégée
— LE PAYS D'OC —

ANVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

Roseline

ORMARINE

BELLE
DE BRILLET

Goguette
CONSERVER CE QUI COMPTE

ST-RÉMY
CHAMBORD

Isigny
St-Mère

FICT
LES ENTREPRISES FRANÇAISES
DE CHARCUTERIE TRAITÉES

PAUL
depuis 1889



✓ Opération reconduite pour 2025

Semaines Françaises

Retail offline

L'opération de promotion avec le distributeur Olé a de nouveau permis une mise en avant unique des produits français sur le marché chinois. Déployée à la fois **en ligne** et **en magasin** dans plus de 30 villes, avec un *French Market* exclusif à Shenzhen et Guangzhou, la campagne a entraîné une **augmentation des ventes** pour les marques mises en avant. L'opération a également été amplifiée via une session de *live-streaming* et des partenariats influenceurs pour toucher de nouveaux publics.

- 1 900 000+ consommateurs touchés
- 69 magasins participants
- +30% d'augmentation du chiffre d'affaires
- 19 retombées presse



Olé
supermarket



✓ Opération digitale pouvant être montée sur mesure

Sorted Food

Partenariat influenceur

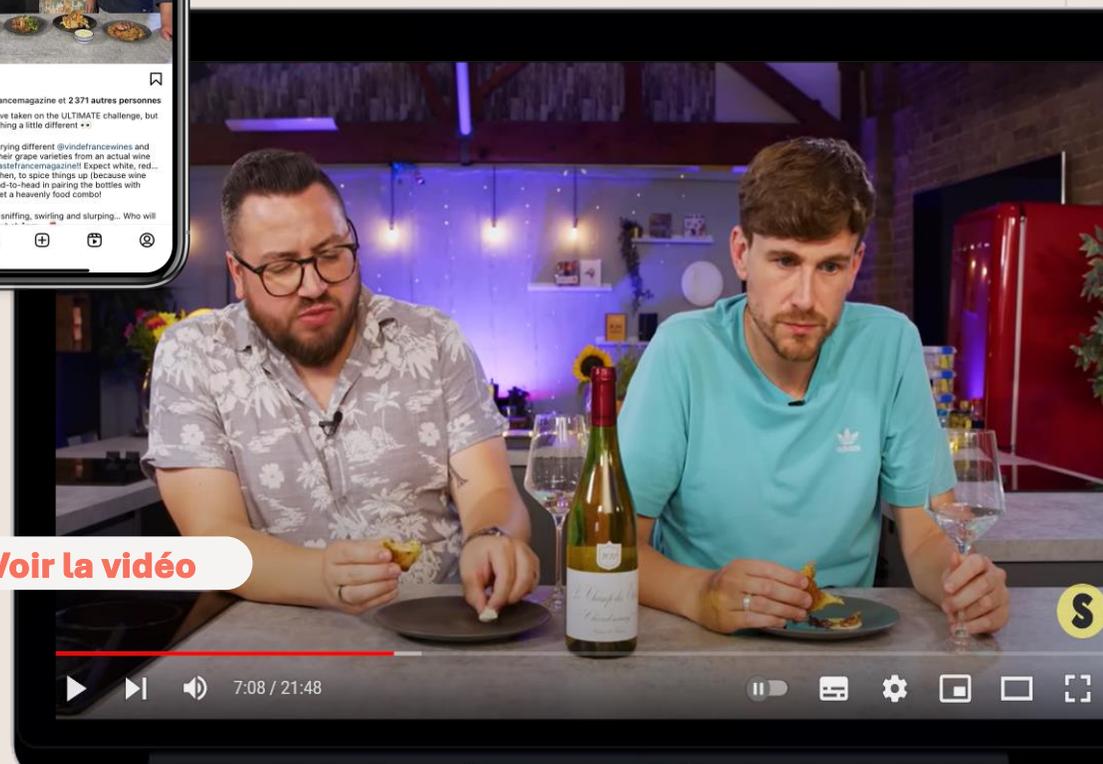
Partenaire régulier de Taste France au Royaume-Uni sur le festival Taste of London et l'action Virgin Wines, Anivin souhaitait activer un volet influence pour toucher un public nouveau. Grâce à la confiance née de nos précédentes collaborations, la chaîne Youtube culinaire SortedFood a accepté le défi de proposer à sa communauté de **2 700 000 abonnés** un nouveau type de contenu axé sur la dégustation de vins et leur mariage avec des plats britanniques contemporains.

- 4,000,000+ impressions
- 370,000+ vues vidéo
- 95% de sentiment positif



 SORTED
FOOD


Voir la vidéo



Des typologies d'actions variées complétées par notre écosystème digital



**Taste France Magazine,
1^{er} média digital international 100% dédié aux produits français**

Des **campagnes de communication digitale et d'influence sur mesure** pour promouvoir vos produits via notre **site internet** et nos **réseaux sociaux** avec des contenus produits en **6 langues** (allemand, anglais, chinois, espagnol, français, japonais)

 **Voir la vidéo de présentation**

 **STRATÉGIES GRAND PRIX**
DE LA COMMUNICATION ÉDITORIALE 2021



Notre site **TasteFrance.com**

1,600,000+
pages vues par an



Des **formats variés** pour mettre en avant vos produits

Nos articles, recettes et fiches produits sont réalisés **sur mesure** avec une valorisation des contenus vidéo et un maillage interne optimisé



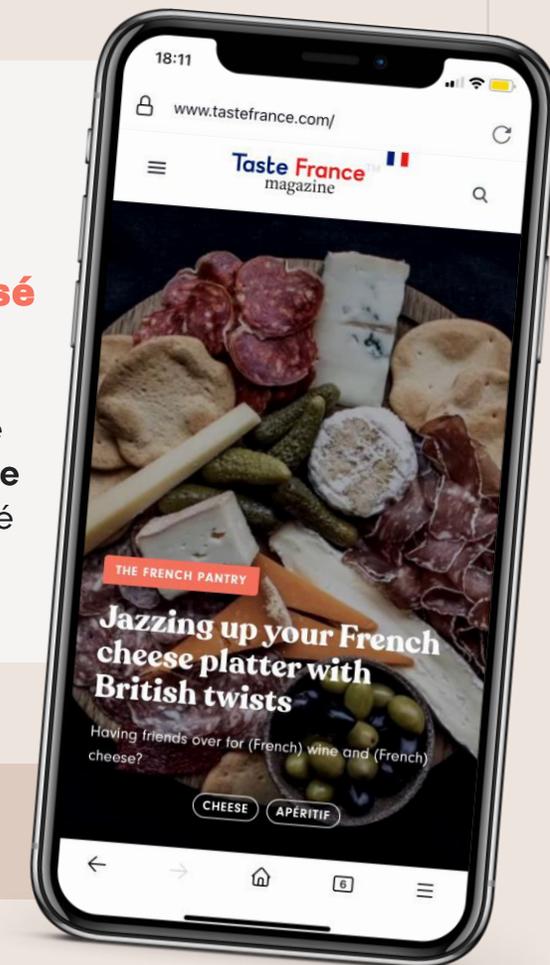
Une performance organique en **pleine croissance**

Plus de **60% du trafic** provient du trafic des moteurs de recherche avec des **contenus optimisés SEO**, en phase avec les attentes des consommateurs locaux



Un site **entièrement repensé** à l'été 2023

Un design plus moderne et une **expérience utilisateur améliorée** sur un site sans publicités, tourné vers l'inspiration



Cliquez pour accéder aux versions du site!



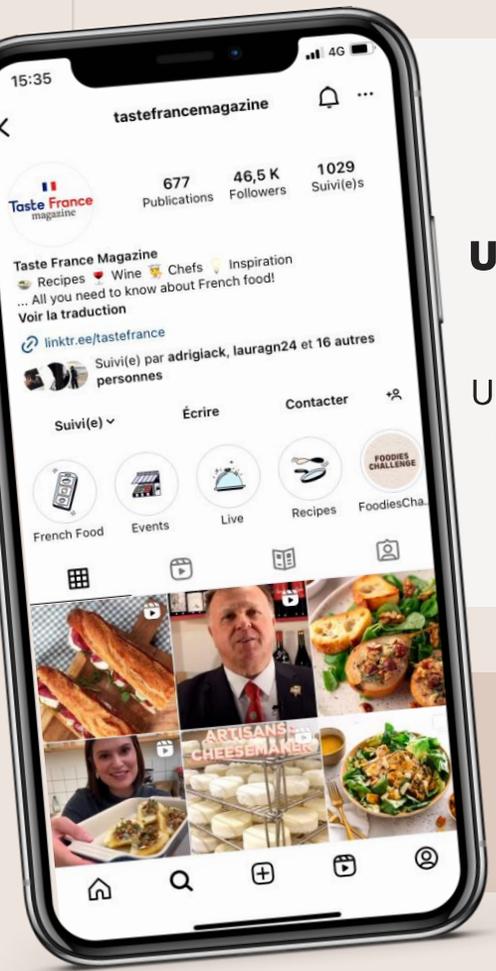


Nos réseaux sociaux

400,000
abonnés

45,000,000+
impressions / an

30,000,000+
contacts touchés



Une communauté qualifiée de foodies francophiles

Une audience internationale avec un profil-moyen qui se rajeunit, orientée **Gen Z / Millennials**



Un vrai ancrage local, des comptes en 5 langues

Grâce à notre réseau d'**influenceurs 'Taste France Family'** et de journalistes natifs, des contenus en phase avec les **tendances locales**



Une expertise solide en achat média

Des résultats performants avec un **ciblage qualitatif précis**, pouvant aller au-delà de nos marchés prioritaires (Canada, Hong Kong...)

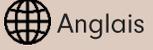

Facebook




Instagram




Pinterest




TikTok




WeChat




YouTube



Cliquez pour accéder aux comptes ! 



Notre offre de contenus



Articles

Des [Articles Tendances](#) ou [city guides](#) sur mesure, optimisés SEO et déclinés sur nos réseaux sociaux.



Reportages et rencontres

Un format [Meet the Makers](#) permettant une immersion terrain pour valoriser votre savoir-faire. Des contenus [Ask the Expert](#) dans une optique « décryptage » et pédagogique.



Recettes

Des [recettes](#) réalisées sur mesure selon vos besoins pour valoriser au mieux vos produits et les intégrer dans les usages des consommateurs locaux.



Actions Influence

Grâce à notre [Taste France Family](#), un réseau d'influenceurs pour toucher une communauté engagée et décuplée via des live vidéos, jeux-concours et autres contenus sur mesure !

Quelques exemples :



[Recettes avec Géraldine](#)



[Pique-nique influenceurs](#)



[Looking for French Food](#)



Amplification

Tous nos contenus sont ensuite partagés sur nos [réseaux sociaux](#), avec une [stratégie d'achat média](#)



Maximiser
votre **visibilité**
et booster
vos **ventes**



Participer
à des **actions**
d'ampleur et activer
des influenceurs
majeurs à un **coût**
très avantageux



Bénéficier
d'un ensemble
d'actions **clés**
en main



PROGRAMME DES ACTIONS PRINCIPALES 2025

NB : Une programmation complémentaire d'actions dites « de réserve » ouverte aux marchés non-prioritaires et principalement portées par les filières complète également cette offre



Actions 2025

Dates indicatives

Asie / Moyen-Orient

Semestre 1



 Taste of Dubai

 Concours Sommelier Asie

 French Weeks

Amériques / Europe

 Dîner @ Boubou's

 France Uncorked

 Taste of London #5

 Rewe Digital #4

 Jazz Age Lawn Party

 10 ans SAQ Inspire

Évènement consommateur
Évènement prescripteur
Retail Offline
Retail Online
Influenceurs / Media

Actions 2025

Dates indicatives

Asie / Moyen-Orient

Semestre 2



...

Juillet

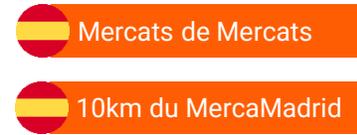
Août

Septembre

Octobre

Novembre

Décembre



Amériques / Europe





Asie



Reconduction

Nom	Typologie	Dotation	Cofinancement	Budget total
Concours Sommelier	Événement prescripteurs	270 000 €	125 000 €	395 000 €



Concours Sommelier

15^e édition

Évènement prescripteur

📅 Mai – Septembre

📍 CN, KR, TW, VN, SG

👥 CSP+, 25-45

Une édition revisitée du Concours Sommelier, plus localisée et plus proche des prescripteurs et consommateurs

Un parcours du sommelier à travers formation, dégustation, compétition et découverte du terroir français pour en faire des ambassadeurs des vins et de la gastronomie française en proposant des formats plus proches des consommateurs locaux, en se concentrant sur les actions pays plutôt qu'avec une Finale Asie régionale.

🎯 Objectifs

- **Notoriété et éducation** : sensibiliser sur les notions des terroirs régionaux de France, de leur héritage, de leur maîtrise des techniques, de leurs initiatives actuelles.
- **Distinction et préférence** : asseoir le statut de référence des vins français et ancrer le réflexe dans la prescription et la consommation en Asie pour renforcer les ventes.

⚙️ Mécanique et animations

5 concours locaux (Chine, Corée, Taiwan, Singapour, Vietnam) avec des mécaniques similaires

1. **Formations** : en ligne et localement pour renforcer la connaissance de nos prescripteurs clés
2. **Dégustations** : par les sommeliers, pour les sommeliers et consommateurs
3. **Compétition** : pour challenger les sommeliers, fédérer une communauté et faire des gagnants la Taste France Sommelier Team de demain
4. **Explorer** : découverte des régions viticoles par la Taste France Sommelier Team
5. **Communiquer** : renforcer la visibilité des vins français en amplifiant les différentes actions

300

sommeliers
participants

20 000

professionnels
touchés

60

publications

5 000 000

consommateurs
touchés



Budget total estimé	395 000 €
<i>dont dotation ministère</i>	<i>270 000 €</i>

Sponsors partenaires	125 000 €
-----------------------------	------------------

Package 1	50 000 €
-----------	----------

Package 2	30 000 €
-----------	----------

Package 3	15 000 €
-----------	----------



Chine

Reconduction

Reconduction

Nom	Typologie	Dotation	Cofinancement	Budget total
French House	Événement consommateur	100 000 €	55 000 €	155 000 €
French Weeks	Retail online et offline	100 000 €	55 000 €	155 000 €



French House

5^e édition

Évènement consommateur

📅 Septembre (TBC)

📍 Pékin (TBC)

👥 Millenials, familles urbaines
CSP +/++

Un espace aménagé pour créer un véritable voyage en France pour promouvoir les produits français au même titre que l'Art de Vivre à la française dont les Chinois sont friands.

Véritable expérience immersive, la French House s'adresse prioritairement à la presse et aux influenceurs chinois en leur proposant différents ateliers-découvertes animés par des experts. Durant ces 2 jours, les consommateurs chinois sont aussi invités à découvrir les produits français dans le cadre exceptionnel du « Marché à la française » de la French House. La French House dispose désormais d'une renommée certaine auprès des amateurs chinois de la France, en faisant un événement désormais incontournable et attendu.

🎯 Objectifs

- Accroître la notoriété des produits français auprès des jeunes ainsi que des familles urbaines CSP+/+ en intégrant ces produits dans les U&A (usages et attitudes) locaux.
- Proposer un voyage immersif alliant art et gastronomie, proposant une diversité d'expériences enrichissantes.

⚙️ Mécanique et animations

- Une scénographie immersive et concevoir une série d'expériences pour promouvoir la France et ses richesses.
- Un marché avec des stands pour vendre et proposer des dégustations de produits.
- Des animations interactives pour engager le public de manière dynamique.
- Des ateliers thématiques pour promouvoir les produits français et offrir une dimension éducative.
- Des partenariats médias pour maximiser la visibilité, tout en collaborant avec le lieu d'accueil pour une meilleure mise en scène de l'événement.
- Une synergie O2O avec TFF et TFM.

50
médias/KOL
présents

3 000 000
contacts touchés

6 000
visiteurs

20
stands

Taste France 2025 – Programme d'actions B2C



FRENCHHOUSE

F&B Exhibition

Budget total estimé 155 000 €

dont dotation ministère 100 000 €

Sponsors partenaires 55 000 €

Package de sponsor exclusif 25 000 €

Package de sponsor premier 10 000 €

Package de sponsor standard 5 000 €



Semaines Françaises

18^e Edition

Retail Offline + Online

📅 Juin et juillet

📍 A confirmer

👥 Cibles : 18-45 ans, CSP+,
urbains, presse généraliste

Les produits français propulsés au-devant de la scène via une stratégie « phygitale »

S'appuyant à la fois sur des promotions dans les points de vente physiques et sur les plateformes en ligne, cette promotion d'une durée de 15 jours prendra place dans plusieurs villes clés en Chine. Elle vise à enrichir l'expérience d'achat, tant en magasin qu'en ligne, et à renforcer le lien entre les produits français, le secteur de la distribution chinoise et le consommateur chinois.

🎯 Objectifs

- Stimuler les ventes : Encourager à l'achat immédiat des produits français par le biais des différents canaux de vente.
- Renforcer la notoriété des marques : valoriser les marques françaises en leur offrant une plateforme de visibilité directe auprès des consommateurs.
- Promouvoir les produits français : mettre en avant la qualité et la diversité des produits.
- Créer une expérience immersive : offrir aux consommateurs une expérience unique mêlant découverte de produits locaux et dégustation de plats préparés sur place.

⚙️ Mécanique et animations

- Communications sur les réseaux sociaux, partenariats avec des KOLs, KOCs et médias
- Association avec des enseignes Premium, reconnues pour la qualité de leurs produits et présentes dans les villes chinoises-clés, pour des actions physiques et online
- Création de pop-up stores, incluant une zone « bistrot » et une zone « marché » pour renforcer l'immersion

300 000
contacts touchés

3+
enseignes partenaires

20
retombées presse



Budget total estimé 155 000 €
dont dotation ministère 100 000 €

Sponsors partenaires 55 000 €

Package 1 20 000 €

Package 2 15 000 €

Package 3 7 500 €



Hong Kong

Reconduction

Nom	Typologie	Dotation	Cofinancement	Budget total
Wine & Dine	Événement consommateur	100 000 €	43 000 €	143 000 €



Wine & Dine Festival

3^e édition

Évènement consommateur

📅 22-25 octobre

📍 Hong Kong

👥 Grand Public, presse généraliste, influenceurs

L'évènement Food & Drink de référence à Hong Kong

Le Hong Kong Wine and Dine Festival est une fête des vins et de la gastronomie qui, depuis 2009, se déroule chaque année (hormis 4 ans de pause de 2019 à 2022 due à la pandémie), fin octobre à Hong Kong. Ce festival, installé au Central Water front, dure quatre jours et est le plus important festival consommateurs de Hong Kong

🎯 Objectifs

Promouvoir la culture gastronomique française et l'art de vivre à la française auprès des consommateurs locaux.

⚙️ Mécanique et animations

- Création d'un pavillon TasteFrance regroupant les acteurs français clés du marché (marques, importateurs, restaurants à la française) lors du plus important festival consommateur Food and Beverages de Hong Kong.
- Animation du pavillon par de nombreuses activités pour générer un maximum de trafic : groupe de musique fanfare, ateliers sur le stand principal, spectacles, accordéon, ateliers.
- Dispositif de communication intensifiée via divers canaux: KOL, réseaux sociaux et communiqué de presse post-événement.

140 000
visiteurs

30 000+
visiteurs sur stand

2 000 000
audience totale



Budget total estimé 143 000 €
dont dotation ministère 100 000 €

Sponsors partenaires 43 000 €

Stand « Basique » 3,750 €

Stand « Corner » 4,450€

Stand Overseas Exhibitor 20,000€ - 25,000€

Sponsor 1,000€ - 10,000€



Japon

Reconduction

Nom	Typologie	Dotation	Cofinancement	Budget total
Shibuya French Festival	Événement consommateur	265 000 €	155 000 €	420 000 €



Shibuya French Festival

5^e édition

Évènement consommateur

📅 Septembre/Octobre

📍 Tokyo

👥 CSP+, 23-50 ans

Le festival 100% Taste France, référence des produits français à Tokyo depuis 2021

Le Shibuya French Festival met en lumière l'offre agroalimentaire française depuis 2021 à travers l'organisation d'un marché où l'on peut acheter, déguster et découvrir les produits d'origine françaises et les producteurs ainsi que des campagnes de promotions dans les restaurants du quartier de Shibuya.

🎯 Objectifs

Développer l'image des produits français pour la rendre plus accessible et moderne auprès des nouvelles générations de consommateurs japonais

⚙️ Mécanique et animations

- 2 espaces avec stands d'achat et dégustation.
- Présence de chefs proposant des menus exclusifs
- Campagnes en restaurant
- Soirée d'ouverture pour la "Taste France Family".
- Communication : conférence de presse, communiqués de presse, posters, flyers, animations dans 6 lignes de train, 28 stations et affichages digitaux à Shibuya, site internet...

4 000+
visiteurs

60+
retombées

100 000 000
impressions



Budget total estimé	420 000 €
<i>dont dotation ministère</i>	<i>265 000 €</i>

Sponsors partenaires	155 000 €
-----------------------------	------------------

Package 1	20 000 €
-----------	----------

Package 2	10 000 €
-----------	----------

Package 3	5 000 €
-----------	---------



Canada

Reconduction**Nouveauté**

Nom	Typologie	Dotation	Cofinancement	Budget total
French Apéro (LCBO)	Retail offline & online	71 450 €	39 300 €	110 750 €
Le goût de la France (SAQ)	Retail offline & online	28 550 €	15 700 €	44 250 €



Les 10 ans de Inspire SAQ

Édition unique

Évènement consommateur

📅 Juin 2025

📍 Montréal

👥 Membres du programme de fidélité de la SAQ

Taste France s'invite à l'évènement SAQ Inspire avec un pavillon dédié à 100% aux vins français

L'évènement incontournable organisé par la SAQ, célébrant les 10 ans du programme Inspire, réunira plus de 7 000 consommateurs qualifiés sur deux jours. Cet évènement exceptionnel mettra en avant les vins et spiritueux et offre une occasion unique de promouvoir vos produits auprès d'un public passionné et engagé.

🎯 Objectif

Faire la démonstration de la diversité des vins français à des consommateurs éduqués grâce à des stands de dégustation et des animations éducatives

⚙️ Mécanique et animations

- Évènement unique et exclusif en 2025, l'initiative comprend :
 - Un stand de 4,5 mètres carrés au cœur d'un grand pavillon France
 - 12 à 24 producteurs représentés au total dans le pavillon France
 - 2 à 3 producteurs par région sur place (obligatoire)
 - 2 journées d'évènement

+7 000

consommateurs attendus

12 à 24

producteurs représentés

5 à 7

régions mises en avant

2

journées de célébrations



Budget total estimé

197 000 €

Package unique

20 000 €



États-Unis

Reconduction

Nom	Typologie	Dotation	Cofinancement	Budget total
Jazz Age Lawn Festival	Événement consommateur	190 000 €	90 000 €	280 000 €



Jazz Age Lawn Party / Wine.com

2^e édition

Évènement consommateur

📅 Juin et août 2025

📍 Governor's Island, NY

👥 CSP +, 30 à 44 ans

Retour de Taste France pour le 20eme anniversaire du très prisé festival new-yorkais Jazz Age Lawn Party, amplifié avec un volet retail Wine.com

Le Taste France French Market, un espace consacré aux meilleures spécialités gastronomiques et boissons françaises, de retour à Jazz Age Lawn Party pour la seconde année consécutive. Ce festival, qui attire plus de 15 000 participants influents sur la mythique Governors Island, célèbre l'atmosphère rétro des années 1920. Cette année, une amplification retail avec le site leader Wine.com pour étendre le périmètre de l'action.

🎯 Objectifs

Profiter d'un contexte propice à la découverte et aux échanges pour accroître la notoriété du savoir-faire « *Made in France* » auprès d'une audience qualitative CSP+, en rendant les produits plus accessibles grâce à des démonstrations et dégustations.

⚙️ Mécanique et animations

- 1 espace dédié Taste France de (72m²) pendant 2 weekends les 14, 15 juin et 9,10 août 2025
 - o Une épicerie gourmet dédiée aux produits de nos partenaires (possibilité de vente)
 - o Un bar à vins et un bar à cocktails
 - o Un espace dédié Taste France Family – espace de jeu et découvertes
 - o Un espace VIP offrant une expérience premium
 - o Un panier de produits distribué à + de 800 consommateurs VIP pour une dégustation de produits 100% FR
- Volet retail en ligne grâce à un partenariat avec le site leader Wine.com
- Amplification digitale avec Time Out, site de référence lifestyle à New York
- Campagne boostée par Taste France Magazine et les influenceurs Taste France Family

15 000+
visiteurs premium

350 000+
impressions Wine.com

800 000+
impressions TimeOut



Budget total estimé	280 000 €
<i>dont dotation ministère</i>	190 000 €

Sponsors partenaires	90 000 €
-----------------------------	-----------------

Package 1	40 000 €
-----------	----------

Package 2	5 000 €
-----------	---------



Allemagne

Reconduction

Reconduction

Nouveauté

Nom	Typologie	Dotation	Cofinancement	Budget total
Gourmet Festival	Événement consommateur	120 000 €	70 000 €	190 000 €
How French Are You? (Rewe)	Retail online	90 000 €	55 000 €	145 000 €
Wine Vibes: France Uncorked (Hawesko)	Retail online	40 000 €	15 000 €	55 000 €



Gourmet Festival

2^e édition

Évènement consommateur

📅 Août 2025

📍 Düsseldorf

👥 CSP+, 20-65 ans

Taste France de retour au cœur du plus grand festival food en Europe

Le French Bistro & Bar poursuit sur sa lancée et présente différents produits de la gastronomie et des boissons sur la célèbre Königsallee, au cœur de la ville, à l'occasion du Gourmet Festival, le plus grand festival alimentaire en plein air d'Europe, pendant trois jours et qui touche plus de 100 000 visiteurs.

🎯 Objectifs

Augmenter la notoriété des produits français auprès d'une cible urbaine CSP+ ; Faire déguster les produits et communiquer sur les engagements ainsi que les preuves de qualité ; Augmenter les ventes

⚙️ Mécanique et animations

- Un espace de +60m2 au cœur du festival pendant 3 jours incluant :
 - o Un espace food dédié aux produits de nos partenaires
 - o Un bar à vin et à cocktails
 - o Un espace guinguette avec DJ
- Des partenariats avec des cavistes / commerçants / gastronomes locaux qui proposent les produits des partenaires dans leurs points de vente en parallèle du festival
- Le tout sera soutenu par une campagne de communication via Taste France Magazine et une campagne d'influence Taste France Family (partenariats avec 3 influenceurs Instagram)

100 000
visiteurs

20 000
produits distribués

10+
animations

300 000+
contacts touchés



Budget total estimé	190 000 €
<i>dont dotation ministère</i>	<i>120 000 €</i>

Sponsors partenaires	70 000 €
-----------------------------	-----------------

Package 1	20 000 €
Package 2	15 000 €
Package 3	7 500 €



Rewe Digital

4^e édition

Retail Online

📅 Eté 2025

📍 National

👥 CSP+, 28-55 ans, focus sur les millenials

Une activation 100% digitale

Mise en place d'une activation 100% digitale avec l'enseigne GMS Rewe - N°2 en Allemagne - sur ses différents canaux. Implication directe des consommateurs par le biais d'un jeu-concours autour de la cuisine avec des produits français. Exploiter les synergies avec Taste France en partageant les contenus sur le magazine et ses plateformes.

🎯 Objectifs

Faire connaître la diversité et la qualité des produits français ; Générer des volumes de vente avec une opération dans la 2^e plus grande chaîne retail du pays

⚙️ Mécanique et animations

- Appel à la clientèle pour partager un "moment de plaisir culinaire français" via un jeu-concours
- Développement de recettes pour l'inspiration
- Prolongement du contenu sur différents canaux Rewe (site web, newsletter, posts & ads sur les réseaux sociaux)
- Intégration des contenus Rewe sur TFM et ses plateformes

6+ semaines d'activation

5 recettes créées

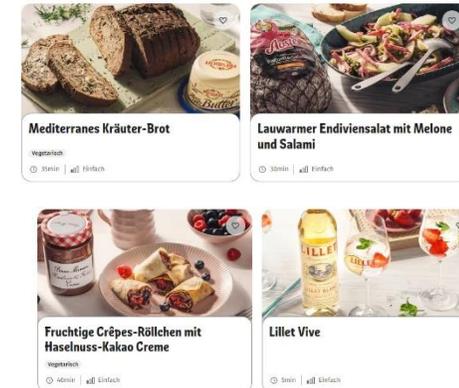
8M consommateurs touchés

+15%* de ventes supplémentaires

*en moyenne, différences selon le produit

Taste France™

REWE DEIN MARKT



Budget total estimé	145 000 €
<i>dont dotation ministère</i>	90 000 €
Sponsors partenaires	55 000 €
Package 1	11 000 €



France Uncorked / Hawesko

1^{ère} édition

Retail Online

Printemps 2025

National

CSP+, 28-55 ans

Voyage en ligne à travers les régions viticoles de France

La diversité des vins français est présentée dans son intégralité en partenariat avec Hawesko, le leader du commerce des vins en Allemagne et l'un des principaux acteurs de ce secteur en Europe, poussée par les canaux de Taste France, ainsi qu'un jeu-concours.

Objectifs

Mise en valeur de la diversité de la filière viticole ; Augmenter les volumes de vente grâce à une opération multi-canaux avec la 1^{ère} plus grande chaîne de retail online du marché allemand et européen, segment premium et luxe

Mécanique et animations

- Promotion des vins français via les outils de communication digitale du partenaire (page d'accueil, page dédiée, teaser, bundle, Newsletter,...)
- Création d'un coffret de 6 vins français
- Annonce de l'opération sur le Taste France Magazine et réalisation d'un jeu-concours pour gagner des coffrets de vins français.

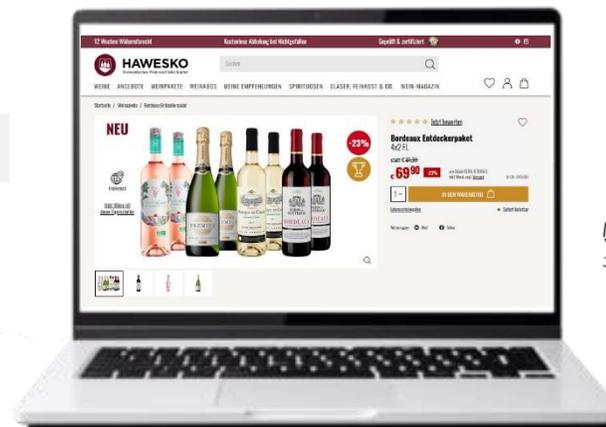
20+
références mises
en avant

480 000
contacts touchés

4 000+
participants jeux-
concours

+20%*
de ventes
supplémentaires

*en moyenne, différences selon le produit



Taste
France™

HAWESKO
JEDER WEIN EIN ERLEBNIS



Budget total estimé 55 000 €
dont dotation ministère 40 000 €

Sponsors partenaires 15 000 €

Package 1 10 000 €

Package 2 5 000 €



Moyen-Orient

Nom	Typologie	Dotation	Cofinancement	Budget total
Taste of Dubai 	Événement consommateur	80 000 €	35 000 €	115 000 €
French Week 	Retail offline	80 000 €	38 000 €	118 000 €

Reconduction

Reconduction



Taste of Dubai

2^e édition

Évènement consommateur

📅 Février 2025

📍 Dubai

👤 CSP+, 23-50 ans

Fort du succès de la première édition nous renouvelons le POP-UP Taste France au sein du plus gros festival Food&Drink des Emirats: **Taste of Dubai**. L'espace Taste France, cafe/brasserie est un espace de 50m2 et il mettra en avant la gastronomie française avec des multitudes d'activités pendant 3 jours : workshop, cooking demo avec des Chefs , dégustation, des jeux ...

🎯 Objectifs

Augmenter la notoriété des produits français auprès d'une cible urbaine CSP+, rendre plus accessible les produits français auprès de cette cible en les éduquant à travers des live show cooking avec des chefs, des dégustations.

⚙️ Mécanique et animations

- Un espace de 50m2 au cœur du Festival pendant 3 jours façon Café/Brasserie à la française avec différentes activités :
 - Live cooking show/démo avec des Chefs, et différents experts (Boulanger ...)
 - Master Class durant les 3 jours
 - Dégustation des marques participantes sur les 3 jours pour faire connaître l'intégralité des produits à une large audience.

26 000+
visiteurs

10 000+
visiteurs sur stand

15 000+
dégustations



Budget total estimé 115 000 €
dont dotation ministère 80 000 €

Sponsors partenaires 35 000 €

Package 1 7 000 €

Package 2 5 000 €



French Week

3^e édition

Retail Offline

📅 Octobre/Novembre 2025

📍 KSA

👤 CSP+, 23-50 ans

La French Week met en avant les marques françaises participantes en magasin à travers la mise en avant d'un mini POP-UP display façon French Market dans 1 magasin Flagship sur Riyadh et des activations retails dans 9 autres magasins de l'enseigne Panda. Fort de notre relation, nous renouvelons notre partenariat avec Panda pour cette **3eme édition**.

🎯 Objectifs

Augmenter la notoriété des produits français auprès de la cible saoudienne.

⚙️ Mécanique et animations

- 1 POP-UP Display en magasin incluant des Live Cooking Show avec des Chefs : French Market
- 1 cérémonie d'ouverture avec l'ambassadeur et le top Management de l'enseigne
- Opération de dégustations sur les 10 magasins ainsi que habillages TG French Market au sein de 10 magasins

180 000
contacts

18 000
dégustations



Budget total estimé 115 000 €
dont dotation ministère 80 000 €

Sponsors partenaires 38 000 €

Package 1 7 500 €

Package 2 5 500 €



Royaume-Uni

Reconduction

Nouveauté

Nom	Typologie	Dotation	Cofinancement	Budget total
French Epicerie & Bar @ Taste of London	Événement consommateur	220 000 €	149 000 €	369 000 €
Waitrose Food & Drink Festival	Événement consommateur	30 000 €	30 000 €	60 000 €



Taste of London

5^e édition

Évènement consommateur

18 au 22 juin 2025

Londres

CSP+, 23-50 ans

Taste France de retour au cœur du plus grand festival consommateur du Royaume-Uni

Le stand Taste France, un espace de 150m² dédié au meilleur de la gastronomie et des boissons françaises reprend ses quartiers à Taste of London, festival consommateur qui réunit chaque été à Regents Park pas loin de 60 000 foodies pendant 5 jours.

Objectifs

Augmenter la notoriété des produits français auprès d'une cible urbaine CSP+, rendre plus accessible les produits français auprès de cette cible en les éduquant à travers des masterclasses et cooking demos.

Mécanique et animations

- Un espace de 150m² au cœur du Festival pendant 5 jours incluant :
 - o Une épicerie fine dédiée aux produits de nos partenaires
 - o Un bar à vins intérieur et un bar à cocktails
 - o Un espace ateliers (cooking démos et masterclasses vins) en partenariat avec une école de cuisine
- Un partenariat avec les boulangeries Paul, qui proposeront sur leur stand des produits des partenaires
- Le tout sera soutenu par une campagne de communication via Taste France Magazine et une campagne d'influence Taste France Family (partenariats avec 4 influenceurs Instagram)

60 000
visiteurs

15 000
visiteurs sur stand

40
animations

5 000
produits distribués



Budget total estimé 369 000 €
dont dotation ministère 220 000 €

Sponsors partenaires 149 000 €

Package 1 30 000 €

Package 2 15 000 €

Package 3 7 500 €



Waitrose Food & Drink Festival

2^e édition

Évènement consommateur

📅 Novembre 2025

📍 Londres

👥 CSP +, 25-55 ans

Participation au festival expérientiel organisé par la chaine GMS premium Waitrose

Création d'un marché de Noël français offrant aux clients Waitrose, une expérience festive et gourmande autour de produits français tels les fromages, vins, pain, viennoiseries/Biscuits et confitures.

Une plateforme unique pour éduquer, déguster et encourager les ventes de produits français auprès de la clientèle de Waitrose.

🎯 Objectifs

1. Eduquer les consommateurs entre 25 et 55 ans grâce à des relais d'influence.
2. Générer des volumes de vente avec une opération dans la 1^{er} chaîne premium du Royaume-Uni, reconnue pour distribuer de produits de qualité.

⚙️ Mécanique et animations

- Mise en place de stands de dégustation où les visiteurs peuvent goûter des produits français de nos partenaires et d'un bar à vins et cocktails
- Boutique éphémère avec vente des produits français disponibles chez Waitrose
- Animations autour de la thématique de Noël => Atelier fromage et pâtisserie / comment réaliser un plateau de fromages de Noël animé par un maître fromager + atelier pâtisserie : confection d'une bûche de Noël
- Campagne de communication via Taste France Magazine et une campagne d'influence Taste France Family (partenariats avec 2 influenceurs Instagram)

8 000
visiteurs

1 200
visiteurs sur stand

12
animations

3 000
produits dégustés



Budget total estimé	60 000 €
<i>dont dotation ministère</i>	30 000 €

Sponsors partenaires	30 000 €
-----------------------------	-----------------

Package 1	15 000 €
-----------	----------

Package 2	8 000 €
-----------	---------

Package 3	5 000 €
-----------	---------

H O P
S C O
T C H
SEASON



Yann Guislain

Directeur comptes stratégiques



+33 7 69 31 26 11



yguislain@hopscotchgroupe.com



Clément Lifermann

Coordination campagne Taste France B2C



clifermann@hopscotchgroupe.com