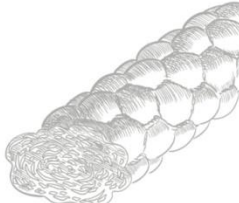






Communiqué de presse – Mai 2020

Commerces de produits fins : 3 bonnes pratiques identifiées par Gourmet Selection




Depuis sa première édition, Gourmet Selection met en avant les produits et services premium à destination des professionnels des métiers de bouche avec une ambition claire : **être le lieu de rencontre incontournable des producteurs et des distributeurs.** Devenu un véritable baromètre des tendances, le salon a vu la distribution de produits fins évoluer et a décidé de lancer son concours Les Quintessences pour récompenser les meilleurs concepts de la profession.




Le contexte actuel oblige les distributeurs à se réinventer pour continuer de toucher leur clientèle. Si les indépendants (restaurateurs, hôteliers, artisans de bouche, épicerie fines,...) se retrouvent fragilisés, **force est de constater leur ingéniosité et leur indéniable capacité d'adaptation face à cette situation inédite !**

Chantal de Lamotte, directrice du salon Gourmet Selection livre 3 initiatives pour continuer de susciter l'adhésion des consommateurs.


Maintenir le lien grâce au digital



Si les **outils digitaux** représentaient déjà de véritables **leviers de croissance** avant la période de confinement, leur rôle actuel est indiscutable. Les distributeurs qui tirent leur épingle du jeu sont en partie ceux qui ont intégré leur importance et qui ont su proposer des **solutions de commande en ligne avec service de "click and collect"** ou bien de livraison à domicile.




Les **applications de livraison**, déjà identifiées et utilisées par les restaurateurs, proposent aussi des **formules** « brunchs » (viennoiseries, toasts, pancakes, bagels, boissons chaudes) ou « apéritifs » (planches de charcuteries et fromages, tartinables en conserve, bouchées, etc) qui peuvent se révéler intéressantes pour les commerces d'artisanat de bouche ou épicerie fines, à **moindre coût**. Ces solutions permettent de **maintenir le lien avec les habitués**, mais aussi de **toucher de nouveaux clients** qui seront ainsi fidélisés post-confinement.






Diversifier son offre



Le contexte sanitaire et les consignes qui en découlent obligent le consommateur à **"penser son parcours"** avant de sortir effectuer ses achats. Malgré tout, les français continuent d'accorder de **l'importance aux produits de qualité et à la notion de plaisir**, qui passe plus que jamais par la **cuisine et la dégustation**.




Les **commerçants de bouche** qui parviennent à se différencier sont ceux qui savent **adapter leur offre au contexte** : **création de box** spéciale fêtes des mères et pères par des pâtisseries / chocolatiers intégrant différents produits d'épicerie sucrée (pâtisserie, friandises, boîte de thé, confiture, biscuits, etc), **paniers gourmands** pour la consommation apéritive proposée par des charcutiers, fromagers, épiciers ou cavistes (boisson alcoolisée ou non, biscuits salés, fruits secs, fromages, charcuteries, tartinables)... les idées sont nombreuses.


Dans le cas des **restaurateurs**, les **créations et livraisons de kits** (burgers, ramens, pizzas, tacos, etc), permettant au grand public confiné de **reproduire leurs recettes phares**, ont fait leurs preuves et augmenté le **capital sympathie** des adresses en question !

Ce genre d'initiatives engendre un **cercle vertueux entre acteurs du "bien manger"** : le **maintien de l'activité des distributeurs**, restaurateurs et artisans de bouche, permet également de **soutenir les producteurs** de talent qui les fournissent.

Rester éthique et solidaire

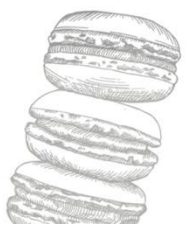



Si dans cette période d'incertitude, il est impossible de prédire l'avenir, il est toutefois certain que les belles attentions, comme les plus intéressées marqueront les esprits. Comme pour chaque crise, **les entreprises qui auront cherché à tirer profit de la situation seront pointées du doigt**, tandis que **les commerçants qui auront su rester éthiques seront applaudis**.



Ainsi, sans visée opportuniste, il s'agit pour les distributeurs de **faire preuve de solidarité, chacun à leur échelle**. Ici encore les beaux exemples ne manquent pas : **livraison de repas et gourmandises aux soignants ou aux plus démunis**, **distribution gracieuse des invendus** pour éviter le gaspillage alimentaire, **soutien aux producteurs** en leur proposant de nouveaux débouchés pour écouler leurs stocks, etc.

Au delà de la réputation, tout l'enjeu réside dans le soutien à un système de production à la fois qualitatif et vertueux qui repose sur ces notions de bien manger !





Le concours Les Quintessences : la distribution à l'honneur

Pour cette édition 2020, Gourmet Selection poursuit son concours *Les Quintessences*.

L'objectif est de proposer à ses visiteurs, les distributeurs de produits fins, de faire connaître et de mettre en valeur leur concepts et bonnes pratiques, afin de bénéficier d'une forte visibilité.

Cette distinction récompense les initiatives qui font briller la profession qu'il s'agisse d'épicerie fines, d'hôtels, d'espaces de dégustation, de commerces d'artisanat de bouche, de cafés, de restaurants... Dans ce contexte, plus que jamais, les distributeurs ont besoin de soutien et de reconnaissance !

Les inscriptions en ligne sont d'ores et déjà ouvertes à tous les profils du secteur, en France et à l'international et accessibles [en cliquant ici](#).

Raphaële Marchal, journaliste et chroniqueuse culinaire, gourmet passionnée et chasseuse de bonnes adresses, aura de nouveau pour mission de **présider le jury d'experts** et d'élire puis de récompenser les meilleurs concepts.

"Très fière et heureuse, une année de plus, d'incarner le concours des quintessences : les artisans ont plus que jamais besoin de notre soutien, et je serai là pour leur apporter le mien !"

Raphaële Marchal,
présidente du jury du concours Les Quintessences.



Crédit photo : Mickaël A. Bandassak



INFORMATIONS PRATIQUES

Gourmet Selection

Paris Expo Porte de Versailles

Pavillon 6

Dimanche 13 & lundi 14 septembre 2020

Horaires

9 h 30 – 18 h 30

www.salon-gourmet-selection.com



À propos de Gourmet Selection by SIAL

Organisé par Comexposium Group, Gourmet Selection est un des membres de SIAL Network, le plus important réseau mondial de salons dédiés à l'alimentation et aux boissons. Ces neuf rendez-vous réguliers (SIAL Paris, SIAL Canada à Montréal et Toronto, SIAL Chine, SIAL Middle East, SIAL Interfood à Jakarta, SIAL India à New Delhi, Gourmet Selection by SIAL et Djazagro à Alger) rassemblent 16 700 exposants et 700 000 professionnels originaires de 200 pays.

À propos de Comexposium

Comexposium est l'un des leaders mondiaux d'organisation d'événements professionnels et grand public, organisant 135 événements B2B et B2B2C dans le monde entier couvrant de nombreux secteurs d'activité comme l'agriculture, la construction, la mode, le retail, la santé, les loisirs, l'immobilier, l'agroalimentaire, la sécurité, l'éducation, le tourisme et les comités d'entreprise. Présent dans plus de 30 pays, Comexposium accueille annuellement plus de 3,5 millions de visiteurs et 48 000 exposants. Avec un siège basé en France, Comexposium dispose d'un réseau commercial et de collaborateurs présents dans 22 pays.

Comexposium se positionne comme un créateur d'échanges et de rencontres entre les individus et le business.

www.comexposium.fr

Contacts presse OPEN2EUROPE

Anne Macquet : +33 (0)1 55 02 15 04

Emilie Leprévost : +33 (0)1 55 02 27 85

food@open2europe.com

