

J-38

SIAL 2010
The Global Food Marketplace

17-21 octobre 2010

PRESSE

FOCUS

INNOVATIONS

SEPTEMBRE 2010



SIAL 2010 : UN MONDE D'INNOVATIONS...

L'AGROALIMENTAIRE
BOOSTE LA REPRISE

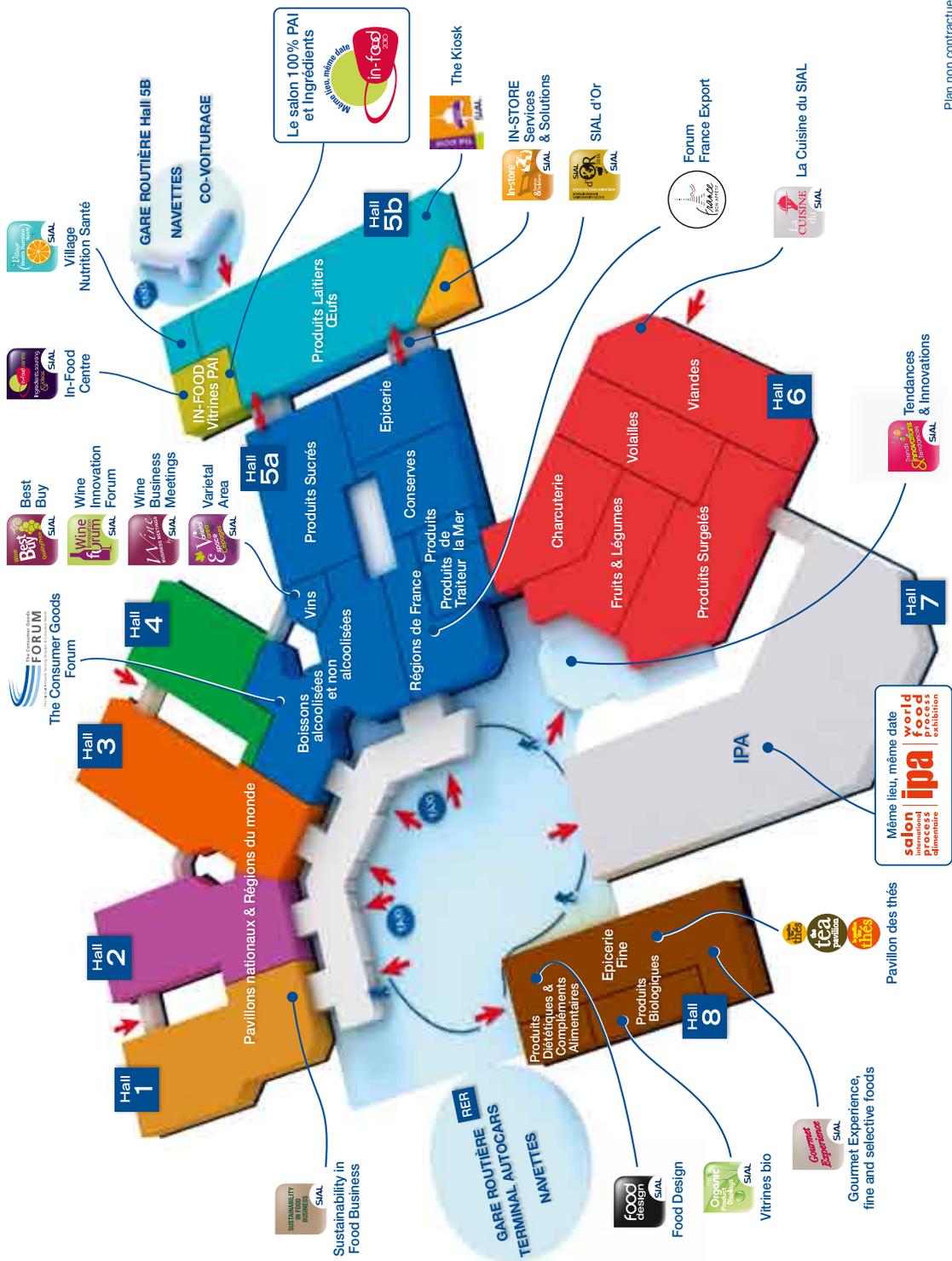
SIAL 2010, UNE
LONGUEUR D'AVANCE

À NE PAS MANQUER
CETTE ANNÉE

TOUT LE SIAL EN UN COUP D'ŒIL • AGROALIMENTAIRE, DONNÉES CHIFFRÉES •
SIAL + IPA+ IN-FOOD : L'AGROALIMENTAIRE PUISSANCE TROIS • SIAL RÉFÉRENCE
MONDIALE DE L'INNOVATION ALIMENTAIRE • LE MONDE VU DU SIAL • LE SIAL
EN QUELQUES CHIFFRES • WWW.SIAL.FR

PLAN

TOUT LE SIAL EN UN COUP D'ŒIL



Plan non contractuel



L'ÉDITORIAL DE VALÉRIE LOBRY

L'AGROALIMENTAIRE BOOSTE LA REPRISE

Après une année 2009 tout en résistance, les IAA affichent déjà les signes avant-coureurs d'une reprise qu'elles contribuent largement à soutenir... et dont le SIAL 2010 s'impose comme le témoin privilégié.

Entre l'édition 2008 du SIAL et celle qui s'annonce, les Industries agroalimentaires ont eu -à l'instar des autres secteurs d'activité- à affronter une crise particulièrement délicate. Aux changements de comportement de consommateurs (arbitrages drastiques dans leurs priorités d'achat), elles ont su répondre adroitement par des politiques marketing et produit adaptées. Ainsi ont-elles refondé leur compétitivité sur deux axes majeurs : l'innovation et l'export.

En ouvrant de nouveaux marchés, en innovant, les IAA ont su entretenir d'abord, aiguïser ensuite, l'appétit de tous leurs clients, qu'il s'agisse des consommateurs finaux ou des enseignes de la distribution et de la restauration. Et c'est tout un secteur qui reprend appétit... Une fringale que traduisent parfaitement les indicateurs-clés du SIAL 2010 : toujours plus de nations représentées (105 pays) et toujours plus d'exposants (5 600).

Plus que jamais, les nouveautés répondent à un besoin réel, profond, identifié clairement chez les consommateurs. Qu'on les baptise « produits responsables », « produits plaisir », ou « produits pratiques », les innovations « post-

crise » partagent un point commun essentiel : elles s'attachent à apporter une véritable valeur ajoutée, à fournir de nouvelles solutions, originales et pertinentes, aux attentes de clients toujours plus exigeants.

« J'innove donc je suis », ce nouveau credo trouve un écho privilégié dans les allées du SIAL... Preuve du renouveau de l'innovation, le nombre de produits présentés par les industriels à l'opération Tendances & Innovations du SIAL 2010 affiche une progression spectaculaire : 985 dossiers contre 800 en 2008, soit + 25% !

Ce sont ces nouveautés -et bien d'autres encore- que le SIAL 2010 vous propose de découvrir en exclusivité et en avant-première, du 17 au 21 octobre prochains. Avec une conviction : cette édition ne se contentera pas d'être la vitrine mondiale de l'innovation alimentaire... Plus encore, elle s'imposera à la fois comme le symbole et le tremplin de cette reprise dont l'industrie agroalimentaire constitue la plus sûre locomotive.

AGROALIMENTAIRE, DONNÉES CHIFFRÉES

Le marché mondial des produits alimentaires représente **3 500 milliards d'euros** environ, dans la moyenne des estimations.

SIAL 2010
J-38

France

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 139 milliards d'€ | 74% |
| Chiffre d'affaires annuel de l'industrie agroalimentaire française (hors alcool). | Part du secteur agroalimentaire dans le total des exportations françaises. |
| +6,6 milliards d'€ | 10 568 |
| Solde des échanges extérieurs de l'industrie agroalimentaire française. | Nombre d'entreprises de l'IAA |
| 400 000 salariés | 70% |
| Chiffre des effectifs des entreprises de l'industrie agroalimentaire française. | Part de la production agricole française achetée et transformée par l'IAA. |

Source : ANIA 2009

Europe

| | |
|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 965 milliards d'€ | 70% |
| Chiffre d'affaires annuel de l'industrie agroalimentaire européenne. | Part de la production agricole européenne achetée et transformée par l'industrie agroalimentaire européenne. |
| +2 milliards d'€ | 58,2 milliards d'€ |
| Solde des échanges extérieurs de l'industrie agroalimentaire européenne. | Total des exportations de l'industrie agroalimentaire européenne. |
| 4,4 millions | |
| Nombre d'employés de l'industrie agroalimentaire européenne. | |

Source : CIAA 2008/2009



TENDANCES

SIAL 2010, UNE LONGUEUR D'AVANCE

« Plus que jamais en 2010 la planète SIAL demeure extrêmement attractive. Commercialisation des surfaces exposants, pays participants, nombre d'exposants, représentation des différents secteurs, nouveautés... à un mois de l'ouverture du prochain SIAL, les indicateurs sont tous au vert », affirme Valérie Lobry, Directrice Générale SIAL.

Chiffre symbole de ce succès annoncé, la totalité de la surface d'exposition du SIAL 2010 est réservée, avec des listes d'attentes dans la plupart des secteurs ! Un résultat obtenu notamment grâce à la fidélité de nombreux exposants qui, forts de l'expérience 2008, ont retenu leur place pour 2010. Une édition qui réunit 5 600 exposants

et affiche une participation internationale en hausse (+7%). Mais les nouveaux exposants ne sont pas en reste : plus de 550 sociétés exposent pour la première fois ou font leur retour au SIAL 2010.

Côté nations, 105 pays participeront avec notamment les participations nouvelles de l'Arménie, Barbade, Belarus, Benin, Ghana, Nigeria, République Dominicaine et Togo. Israël, l'Algérie, le Portugal et les Émirats Arabes Unis se dotent cette année d'un pavillon à leurs couleurs.

« Autant d'éléments qui annoncent une bonne édition 2010 et attestent du dynamisme et de la soif d'innovation du secteur de l'agroalimentaire », conclut Valérie Lobry.

EVENEMENT

L'AGROALIMENTAIRE PUISSANCE TROIS

Paris Nord Villepinte du 17 au 21 octobre. Même lieu, même date pour le SIAL, le **salon in-food et IPA**, Salon International du Process Alimentaire (dans le nouveau **Hall 7**).

Ce regroupement de trois salons parfaitement complémentaires permettra de proposer aux visiteurs une vision exhaustive de la filière agroalimentaire, du process de fabrication aux produits finis, en passant par les Produits Alimentaires Intermédiaires (PAI).

Sur IPA, les visiteurs découvriront une offre complète de matériels et

équipements pour la transformation des produits alimentaires, ainsi que de nombreuses technologies, machines et matériels d'emballage. Six cents sociétés, dont 48% venant de l'étranger, participeront à cette édition de l'IPA.

Troisième pilier de l'édifice, in-food est l'événement 100% Produits Alimentaires Intermédiaires (PAI), Ingrédients et Solutions sous-traitance. C'est le rendez-vous incontournable des industriels agroalimentaires spécialistes de la R&D, du développement produits et des achats.



SIAL 2010
J-38

Service de presse SIAL : VFC Relations Publiques

Caroline de Saint Albin - cdesaintalbin@vfc.fr • Marina Perrier - mperrier@vfc.fr
Jessica Novelli - jnovelli@vfc.fr • Émilie Harmouch - eharmouch@vfc.fr
Tel. : + 33 (0)1 47 57 67 77

www.sial.fr



L'ALIMENTATION DE DEMAIN

SIAL, RÉFÉRENCE MONDIALE DE L'INNOVATION ALIMENTAIRE

ZOOM SUR LES TENDANCES

Comment le comportement des consommateurs influe-t-il sur le marché alimentaire ? Quels goûts, textures et ingrédients font l'innovation mondiale ? Quelles tendances vont s'imposer ? Autant de questions auxquelles répond ici Xavier Terlet, Président de XTC World Innovation et consultant Tendances & Innovations du SIAL.

UN CONSOMMATEUR TOUJOURS PLUS EXIGEANT EN MATIÈRE D'INFORMATION

Nous sommes aujourd'hui confrontés à un changement radical du regard du consommateur face aux produits alimentaires qu'il achète. Résolu à assumer son autonomie, il demande que les industriels alimentaires lui reconnaissent cette nouvelle responsabilité.

Il exige donc de disposer des arguments de sa propre conviction. Refusant l'infantilisation, il ne croit plus sur parole le prétendu « expert » qui affirme sans preuve ni démonstration que tel ou tel produit est « bon » pour lui.

De la même manière, il refuse les arguments marketing qu'il ne comprend pas ou qui lui paraissent douteux.

Il réclame de la transparence et une information qu'il maîtrise, rejetant immédiatement celle qui lui paraît trop complexe. Il sait gré au fabricant qui lui traduit de manière compréhensible et honnête la réalité de son produit.

En outre, le consommateur dispose de moyens nouveaux d'information, de décodage et de compréhension. Le web, la téléphonie mobile, les réseaux sociaux s'en font l'écho et relaient cette information instantanément et directement au consommateur dans les foyers, dans les points de vente, et partout dans le monde.

Réaliste et exigeant, le consommateur privilégie les produits aux discours « honnêtes » tout en restant attractifs et séduisants... Pour que l'information cacophonique laisse la place à l'explication et la compréhension. Manger est avant tout affaire de plaisir. Et le plaisir ne s'accommode pas du doute.

LES INGRÉDIENTS DE L'INNOVATION

Nouveaux goûts : goûts relevés, mélange fruits et épices, chocolat piment, miel, wasabi, gingembre, speculoos, etc.

Nouvelles textures : mousseux, multi-texture, croustillant (avec inclusions), perles, etc.

Nouveaux ingrédients : graines, superfruits (Açaï, Acérola, Cranberries, Goji, Guarana, Noni, Yumberry, myrtilles, goyave, griottes...), édulcorants naturels (Stevia), lait de brebis, chèvre, fleurs, etc.

LES TENDANCES POUR DEMAIN, PARMIS LESQUELLES...

11 TENDANCES :

1- Les produits « Ultra » ou le déclin annoncé des produits trop classiques, sans aspérité, milieu de gamme.

2- Le mélange des genres ou l'utilisation élargie d'ingrédients « exotiques » pour de nouvelles découvertes gustatives.

3- À la maison comme un chef ou « c'est moi qui l'ai fait » : rechercher les mêmes produits que ceux utilisés par les chefs.

4- Restons simples ou comment le besoin de compréhension des produits favorise l'émergence d'innovations jouant de leur simplicité comme d'un avantage de naturalité.

5- Naturel et sans risque ou la naturalité comme gage d'innocuité pour le consommateur.

6- L'allergie, une problématique majeure de demain qui pourrait toucher 1 consommateur sur 2 d'ici 2020.

7- La chasse aux ingrédients suspects ou l'expression de la volonté du consommateur de connaître et comprendre pleinement les produits.

8- Des bénéfices santé nouveaux, explicites et crédibles, traduit par le succès des « superfruits », des « supervegs » ou encore du thé vert.

9- Look et self control ou comment répondre au besoin de contrôle du consommateur qui cherche à comprendre les effets de ce qu'il mange sur son corps.

10- Green attitude ou la préoccupation environnementale appliquée à l'alimentation.

11- De la moralité dans nos produits ou comment s'offrir du plaisir sans que ce soit au détriment d'autrui.

ET 3 SIGNAUX FAIBLES :

1- Manipulation et nouveaux besoins ou comment les gestes du quotidien peuvent devenir difficiles avec l'âge (arthrite, problème d'articulation, etc.).

2- Urban style ou comment la ville imprime de nouvelles références en matière alimentaire.

3- En temps réel ou comment disposer des informations sur les produits dès qu'on le souhaite.

SIAL 2010
J-38



TEMPS FORTS

À NE PAS MANQUER CETTE ANNÉE...

INNOVATIONS, CRÉATIONS ET DESIGN

L'OBSERVATOIRE TENDANCES & INNOVATIONS, UN ŒIL SUR LE FUTUR



Animation incontournable du SIAL, l'**Observatoire Tendances & Innovations**, situé dans le **Hall 6**, permet aux visiteurs de décoder les tendances de consommation actuelles et à venir, et de découvrir les innovations proposées par les exposants du salon. Les produits exposés au sein de l'Observatoire Tendances & Innovations font l'objet d'une sélection, en amont du salon, par des professionnels experts en innovation et agroalimentaire.

Par ailleurs, grande nouveauté 2010, l'Observatoire Tendances & Innovations accueille chaque jour des **conférences spécifiques** :

- Des conférences particulièrement dédiées aux distributeurs : innovations en MDD, tendances conso, analyse de l'innovation par pays et par catégories de produits.
- Des créneaux dédiés à l'innovation en restauration de 11h30 à 12h30.

LES GRANDS PRIX TENDANCES & INNOVATIONS

Au SIAL 2010, 985 produits sont sélectionnés pour l'Opération Tendances & Innovations (cf. les Grands Prix Tendances & Innovations). **Remise des prix Tendances & Innovations lundi 18 octobre à 17 h sur l'Observatoire Tendances & Innovations.**



SIAL 2010
J-38

Service de presse SIAL : VFC Relations Publiques

Caroline de Saint Albin - cdesaintalbin@vfc.fr • Marina Perrier - mperrier@vfc.fr

Jessica Novelli - jnovelli@vfc.fr • Émilie Harmouch - eharmouch@vfc.fr

Tel. : + 33 (0)1 47 57 67 77

www.sial.fr



PRIX DISNEY SIAL

VIVE L'INNOVATION TAILLE ENFANT !



La création du prix Disney SIAL en 2008 s'inscrit parfaitement dans la volonté de Disney d'accompagner les parents et les enfants dans la recherche d'une alimentation plus équilibrée. En effet, Disney s'engage depuis plusieurs années aux côtés des parents pour favoriser le développement d'une offre de produits privilégiant l'équilibre nutritionnel des enfants tout en alliant quotidiennement nutrition et plaisir. Les produits auxquels Disney associe sa marque répondent à des critères nutritionnels spécifiques et ne dépassent pas certains seuils de matières grasses, de sucres ou de sel tout en contrôlant l'apport calorique par des portions adaptées aux enfants.

Le prix Disney SIAL 2010, une sélection inédite de produits d'exposants SIAL présentée par Disney et le SIAL, est décerné le 18 octobre lors de la cérémonie des Grands Prix Tendances et Innovations SIAL 2010 par un jury d'experts composé d'acteurs du monde de la gastronomie, de la nutrition, de la distribution et des médias. Les produits, en plus d'être innovants

et destinés aux enfants âgés de 3 à 12 ans, doivent allier les qualités nutritionnelles nécessaires à un bon équilibre alimentaire, aux qualités gustatives et à un aspect ludique pour plaire aussi bien aux parents qu'aux enfants.

Les produits retenus dans le cadre du Prix Disney SIAL bénéficient d'un espace dédié dans l'Observatoire Tendances et Innovations du SIAL 2010. Le Prix Disney SIAL bénéficie d'une exposition privilégiée au sein du Village Nutrition-Santé.

Le jury du Prix Disney SIAL est composé de Bruno Danzel d'Aumont (Directeur Alimentaire, Hygiène et Beauté, The Walt Disney Company), Lisette Morival (Rédacteur en chef adjoint du Journal de Mickey), Yves Puget (Directeur des rédactions LSA et Néo Restauration), Audrey Aveaux (Directrice, Diététicienne-nutritionniste, Nutritionnellement), Fabienne Prouvost (Directrice de la communication, Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution) Adeline Vancauwelaert (Directeur, SIAL Group).

A PROPOS DE THE WALT DISNEY COMPANY

The Walt Disney Company est l'une des premières entreprises d'Entertainment familial et de médias dans le monde et fait partie des 30 premières entreprises du Dow Jones avec un chiffre d'affaires annuel supérieur à \$36 milliards en 2009. L'entreprise est présente dans plus de 40 pays et emploie plus de 150.000 employés. Grâce à un contenu sans cesse renouvelé et un héritage incomparable, toutes les générations se retrouvent dans Disney. Moteur de créativité et d'innovation, Disney s'appuie sur des activités aussi nombreuses que diversifiées : le Cinéma, les DVD/Blu-ray, les Comédies Musicales, l'Édition, les Produits Dérivés, les Boutiques, les Chaînes TV et Séries ABC, les Jeux Vidéo, le Web et les Parcs d'Attractions. Synonyme d'Entertainment familial et de qualité, qui depuis toujours cultive l'art de raconter des histoires, Disney est en 2009 la première marque mondiale d'Entertainment (Etude Interbrand 2009). Le groupe fait aussi preuve d'un engagement fort par ses actions caritatives et sa politique environnementale, sans oublier les actions menées par les employés bénévoles Disney VoluntEARS. www.disney.fr

OPÉRATION SPÉCIALE

«L'AFTER» SIAL CHEZ MONOPRIX



En avant première, **Le Groupe MONOPRIX* effectue sa sélection parmi les produits retenus par l'Observatoire Tendances & Innovations du SIAL 2010** et commercialise les produits innovants ainsi distingués pendant « les Jours Essentiels de Monoprix » du 17 au 28 novembre 2010, dans une sélection de magasins MONOPRIX en France.

« *L'innovation est un axe majeur de développement pour le Groupe MONOPRIX. Le SIAL est le partenaire idéal pour mener une telle opération et nous permettre ainsi de répondre aux attentes de nos clients en proposant une offre alimentaire encore plus innovante, originale et unique* », affirme Hubert Hémard, Directeur Général Adjoint en charge du Marketing et de l'Offre Alimentaire et Parfumerie, MONOPRIX.

* LE GROUPE MONOPRIX :

- leader du commerce de centre-ville en France
- CA 2009 : 3 664,6 M€ HT consolidé (Normes IFRS)
- près de 400 magasins – 5 enseignes et un site de vente en ligne
- le capital détenu à 50/50 par les groupes Galeries Lafayette et Casino.

MONOPRIX

SIAL 2010
J-38

Service de presse SIAL : VFC Relations Publiques

Caroline de Saint Albin – cdesaintalbin@vfc.fr • Marina Perrier - mperrier@vfc.fr

Jessica Novelli - jnovelli@vfc.fr • Émilie Harmouch - eharmouch@vfc.fr

Tel. : + 33 (0)1 47 57 67 77

www.sial.fr



SIAL D'OR

LE TOUR DU MONDE EN 39 SUCCÈS



Créés en 1986, les SIAL d'Or sont destinés à identifier et mettre en valeur des innovations devenues des succès commerciaux majeurs de l'alimentation sur le marché national de chacun des 30 pays représentés⁽¹⁾. Organisés en partenariat avec 30 revues professionnelles⁽²⁾ internationales de la presse agroalimentaire et du secteur de la distribution, ils récompensent 9 gagnants Catégories et 30 gagnants Pays, soit un total de 39 prix.

270 produits à découvrir à l'inter passage des halls 5A et 5B.

Remise des prix le dimanche 17 octobre à 18 h - amphithéâtre Jean Thèves.

(1) Les Sial d'Or 2010 récompensent des produits dont la date de sortie est postérieure à octobre 2008 et dont le succès commercial est confirmé en termes de référencement.

(2) Actualidad en supermercados (Argentine), Retail World (Australie), Cash (Autriche), Gondola (Belgique), Superhiper Abras (Brésil), Canadian Grocer (Canada), Mundo retail (Chili), China Food Newspaper (Chine), Zbozi&Prodej (République Tchèque), Dansk Handelsblad (Danemark), LSA (France), Rundschau fur den Lebensmittelhandel (Allemagne), Trofima Kai Pota (Grèce), Trade Magazin (Hongrie), Food & Beverage (Inde), Checkout (Irlande), Kupa Roshemet (Israël), Largo Consumo (Italie), Shokuhin Shogyo (Japon), Food Magazine (Pays-Bas), Supermarket News (Nouvelle-Zélande), Dagligvarehandelen (Norvège), Handel (Pologne), Distribuicao Hoje (Portugal), Moye Delo Magazin (Russie), Supermarket & Retailer (South Africa), Distribucion Actualidad (Espagne), Dunya Gida (Turquie), The Grocer (Royaume-Uni), Supermarket Newx (États-Unis).

IN-STORE SERVICES & SOLUTIONS

4 ESPACES EN 1



Situé Hall 5B, la nouvelle animation In-store regroupe 4 espaces dédiés à la valorisation du produit sur le lieu de vente, les outils et applications du magasin de demain...

- **Une zone d'exposition In-store Services & Solutions** propose des clés pour valoriser les produits sur le lieu de vente à travers une offre diversifiée présentée par des exposants internationaux : Agences de design (TEAM CREATIF, Caramel...), Emballage, PLV, signalétique (AstroMed, CGL Pack, Coprima, l'll be bag...), Mobilier (Ugur Cooling...), ERP (TVH Consulting...).

- **Fast Good In-store, 5 scenarios pour demain** : l'offre alimentaire à consommer en magasin ne cesse d'évoluer et de s'enrichir... jusqu'où ? C'est à cette question que répond le cabinet Bento, spécialiste des tendances et du marketing de la restauration, en élaborant cinq scénarios pour un futur proche, à découvrir sur le salon Hall 5b.

- **Le tour du monde de la distribution** : décryptage par Olivier Dauvers de 8 concepts innovants représentatifs de grands marchés alimentaires internationaux : Grand Frais (France), Atacadao (Brésil), Eataly (Italie), Jungle Jim (États-Unis), SAQ (Canada), Tesco Zero Carbone (Grande-Bretagne), Pao de Acucar et Ecolo & Biologique (Brésil), Auchan nouveau concept (France).

- **Emerging Technology, entrez dans les nouvelles réalités** : un espace d'animation né de la rencontre entre le SIAL et Laval Virtual, le salon de la réalité virtuelle. Emerging Technology révèle les applications et les perspectives offertes à l'industrie agroalimentaire et à la distribution par les avancées en matière de réalité virtuelle et de réalité augmentée. À noter, la présentation en exclusivité et en avant-première mondiale d'un tout nouveau concept d'achat en ligne baptisé Virtual Market. Fruit de la collaboration entre les Arts et Métiers Paristech de Laval et Atlantic Santé, société spécialisée en matière d'alimentation et de santé. Virtual Market fait de l'achat sur le web une expérience totalement innovante.

SIAL 2010
J-38

UN LIEU DE RENDEZ-VOUS POUR LES PROFESSIONNELS DE LA RESTAURATION

LA CUISINE DU SIAL

PLUS GRANDE ET PLUS GOURMANDE



La **CUISINE** du **SIAL** s'agrandit et devient le lieu de rendez-vous privilégié pour les acteurs de la restauration. Au cœur de cet espace, le **SIAL** propose un nombre varié de démonstrations autour des thématiques suivantes :

- **Art Food** : l'aliment, sublimé, « nourrit » l'inconscient et l'imagination.
- **Gourmet Express** : restauration rapide plus saine et plus fraîche avec de délicieuses spécialités ciblant un marché plus sélectif.
- **World Food** : où global et local se confondent, comme les tapas scandinaves.
- **Bio/Développement Durable** : produits alimentaires biologiques, locaux, de base et saisonniers occuperont une place centrale.
- **Locavore** : ou comment s'alimenter de produits dont l'origine géographique est située à moins de 160 km de nos fourchettes.
- **Cuisine fusion** : vise à mélanger les recettes de différents pays pour obtenir des saveurs différentes.
- **Food doctor** : thématique qui suit les tendances actuelles de l'alimentation-santé et notamment l'arrivée d'aliments fonctionnels.
- **Ré-interprétation** : plats et produits traditionnels du monde entier re-vistés.
- **Street Food** : cuisine de rue, multiculturelle et populaire, qui revient aujourd'hui en force.
- **La Cuisine spectacle**, productivité en cuisine...

La **CUISINE** fait intervenir plusieurs grands chefs internationaux dont Thierry Burlot (France), Michel Roth (France), Robert Fontana (Hong-Kong), Hermance Carro

(France), Partrik Asfaux (France), Xavier Mathieu (France) et Gilles Choukroun (France).

Outre la **Librairie Gourmande**, plus ancienne librairie parisienne spécialisée dans la gastronomie et l'œnologie proposant des ouvrages et des séances de dédicaces et de rencontres avec des auteurs, le **SIAL 2010** accueille un nouvel espace dans le Hall 6, le **VIP Club de la CUISINE du SIAL**, dédié aux chefs et aux grands acheteurs de la restauration.

Tous les professionnels de la restauration peuvent retrouver la base de données des 1 700 produits des exposants, dédiée à la restauration.

LA CUISINE COMPTE PLUSIEURS PARTENAIRES DONT :

- **Electrolux** (distributeur d'équipement de cuisine professionnelle),
- **SEB Tefal** (leader mondial du petit équipement de la maison),
- l'agence **Cook & Com** (agence de communication gastronomie et art de vivre),
- **OCI** (Ordre Culinaire International et leur parrain Joël ROBUCHON),
- **l'Association des Disciples d'Escoffier International**,
- **Kuehne + Nagel** (transport et logistique),
- **Resto Gratuit Pros** (journal gratuit pour les professionnels de la restauration),
- **C Froid** (transport de froid).

SIAL 2010
J-38

NUTRITION ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

VILLAGE NUTRITION-SANTÉ

AU CŒUR DU SUJET



Le **Village Nutrition-Santé** (situé **Hall 5B**) offre aux industriels agroalimentaires, aux acteurs de la distribution et de la restauration et aux professionnels de la santé l'opportunité de s'informer activement face aux nouveaux enjeux sociétaux et environnementaux de l'alimentation et de la santé.

Le Village Nutrition-Santé propose un cycle de plus de **35 conférences et tables rondes** (voir le pré-programme ci-joint) autour des quatre thématiques retenues lors de cette édition 2010 du SIAL : **Évolution des offres Santé et Bien-être, Préservation de la diversité culturelle, Système alimentaire raisonné et durable, Accessibilité de l'information.**

Le Village Nutrition-Santé constitue un lieu d'information et d'échanges rythmé par la présence d'acteurs de

référence du marché, une zone d'information présentant la cartographie mondiale de la nutrition et de la santé à horizon 2012, les nouveaux parcours Alimentation & Santé (visites guidées sur les stands des exposants), le Guide de Visite Nutrition-Santé et le Prix Disney-SIAL.

Ils seront présents dans le Village Nutrition-Santé du SIAL 2010 : Céréales Vallée (Pôle de compétitivité Innovation dans les Céréales), SEB SAS (Programme Nutrition Gourmande), ANSES (Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail), Commission Européenne - Direction Générale de la Santé, ainsi que des laboratoires qui accompagnent les industries agroalimentaires dans leurs démarches nutrition : Laboratoires LEHA, Laboratoires d'Invivo NSA, Laboratoires Wessling.

DÉVELOPPEMENT DURABLE

NOUVEAU : SUSTAINABILITY IN FOOD BUSINESS



Situé à l'entrée du **Hall 1**, cet espace dédié au développement durable permet de faire le point sur les problématiques mondiales de l'alimentation dans une perspective de responsabilité sociale, sociétale et environnementale des entreprises : biodiversité, bilan carbone, éco-conception des produits et des emballages, affichage environnemental...

Pour tous les acteurs de l'agroalimentaire, de la distribution et de la restauration, « **SUSTAINABILITY IN FOOD BUSINESS** » présentera une triple opportunité :

- s'informer sur les nouveaux enjeux environnementaux et sociétaux auxquels la filière doit faire face en réponse aux attentes et comportements des consommateurs et aux nouvelles législations.
- Approfondir les engagements de l'industrie agroalimentaire en s'inspirant des meilleures pratiques déjà mises en œuvre par certains intervenants.
- Découvrir les réponses apportées par les différents acteurs de la filière : entreprises, représentants professionnels et interprofessionnels, institutions, pouvoirs publics, laboratoires de recherche...

Un large programme de conférences animé par des experts du secteur, une zone d'information pédagogique et le

parcours thématique « Produits et démarches équitables et responsables » viendront illustrer cette thématique d'actualité.

Cet espace et le programme de conférences sont réalisés en partenariat avec Bossa Verde.

DÉVELOPPEMENT DURABLE, L'ENQUÊTE

Découvrez les résultats de la première enquête exclusive sur les démarches développement durable des industriels agroalimentaires dans le monde sur l'espace « **SUSTAINABILITY IN FOOD BUSINESS** » :

- une conférence spécifique présentera les grandes tendances de l'engagement durable des industriels de l'agroalimentaire.
- une synthèse des résultats de cette enquête sera présentée en permanence sur l'espace.

Cette enquête est réalisée en partenariat avec l'Institut Lasalle Beauvais.

SIAL 2010
J-38

L'UNIVERS DU VIN

WINE BY SIAL

LE VIN PUISSANCE 4

Situé dans le **Hall 5A**, l'Espace Vins du SIAL 2010 propose à ses visiteurs quatre thématiques comme autant de clés d'entrée pour réussir leurs achats... Quatre événements, quatre animations exclusives réunies sous le label « Wine by SIAL ».

1. Les « Best Buy », mis en place en partenariat avec l'École du Vin, valorise et récompense les vins présentant un rapport qualité-prix particulièrement attractif, et ce, dans des segments de prix très variés afin de répondre à tous les besoins. Les Best Buy seront en dégustation pendant toute la durée du salon dans le restaurant « le Club 5 ». **Remise des prix le lundi 18 octobre à 11 h sur l'espace Best Buy.**

2. Le « Wine Innovation Forum » qui valorise les démarches responsables. Dans cet espace de rencontre des professionnels

du vin, les marques détaillent les initiatives dans lesquelles elles sont engagées en matière de responsabilité.

3. L'espace cépages, un espace découverte des vins proposant une approche par cépage.

4. Les rendez-vous d'affaires, organisés en amont du SIAL, permettent de maximiser les opportunités d'achats et de ventes en assurant des rencontres ciblées et performantes.

En outre, **Sopexa** organise une conférence sur le thème « **Internet, l'avenir du vin ?** », pour faire le point sur toutes les perspectives de développement que les nouveaux médias offrent à la filière vin. Conférence gratuite, accessible sur réservation Mezzanine du hall 3. Lundi 18 octobre de 10h à 11h30.

DESTINATION BUSINESS & EXPORT

CONSUMER GOODS FORUM LE SENS DES PRIORITÉS

Depuis de nombreuses années, le SIAL est associé au « The Consumer Goods Forum » (anciennement CIES), réseau indépendant, global et paritaire regroupant les acteurs du secteur des biens de consommation. L'entité est gérée par son Conseil d'Administration qui compte de nombreux Directeurs Généraux et Présidents des secteurs industriels et de la distribution.

Ses missions s'expriment au travers d'axes de travail précis : les nouvelles tendances, le développement durable, la santé et le bien-être, l'excellence opérationnelle et enfin le partage des connaissances et le développement humain.

FRENCH EXPORT CORNER CAP SUR L'EXPORT

Le Ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche rassemble **Hall 5A Allée K 002** les principaux opérateurs du soutien à l'exportation des entreprises agroalimentaires françaises : ANIA, CCI Int., Coface, FranceAgrimer, Oséo, Sopexa et Ubifrance.

Des mini-conférences destinées aux PME exportatrices françaises auront lieu sur le stand du MAAP. Pour les entreprises étrangères souhaitant découvrir les filières agro-alimentaires françaises, un accueil est prévu.



SIAL 2010
J-38

LES CONCEPTS TOURS

RETAIL STORE TOUR LE MEILLEUR DE LA DISTRIBUTION

Le **Retail Store Tour** aura lieu le **vendredi 22 octobre 2010**. Cette animation exclusive a été conçue par MMM pour permettre aux visiteurs du SIAL d'optimiser leur venue à Paris en visitant 6 à 8 points de vente innovants parmi les enseignes françaises les plus dynamiques : proximité, supermarché, bio ou hard discount (cf. le programme des événements).

CONCEPTS DE RESTAURATION SUIVEZ LE GUIDE !

Le **vendredi 22 octobre 2010**, le SIAL organise, en partenariat avec le Leaders Club, une **visite guidée des principaux concepts de restaurants innovants** dans l'agglomération parisienne. Au programme : Jean-Lafayette, Cojean, Exki, Le Paradis du Fruit, Cuizines, La Ferme, A Toutes Vapeurs, Oh, Jour, Daily Monop', Café Rouge SFR, Lavinia, Nicolas, Chai33 avec Cheese & Wine Tasting (voir programme des événements ci-joint).

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.sial.fr.
Contact : Sophie Potez
sophie.potez@leadersclubinternational.com



SIAL 2.0

LE SIAL VERSION MOBILE

Le SIAL se devait de suivre la tendance smartphones et de développer **un site internet en version mobile**. C'est désormais chose faite puisqu'il est aujourd'hui possible de consulter sur son téléphone une version allégée du site internet. Celle-ci, compatible avec un grand nombre de terminaux, permet d'accéder à la demande de badge en ligne, à la liste des exposants, à l'actu du salon et à une présentation des univers du SIAL. La détection de la connexion depuis un téléphone mobile est automatique. Afin de créer du trafic sur le site, le SIAL a également mis en place un **QR code** sur ses annonces presse et ses documents promotionnels. Le principe est simple : les utilisateurs de smartphones lisent le code grâce à une application dédiée et sont automatiquement dirigés vers le site internet.



Nouveau, le SIAL arrive sur Facebook et Twitter le 15 septembre : des news en direct, votez pour votre innovation préférée en ligne grâce au «Web 2.0 Award», un jeu-quiz pour découvrir si vous êtes un «supertaster»...

SERVICES

2010 SOUS LE SIGNE DU CONFORT

Pour améliorer le confort des participants du SIAL 2010, certains aménagements ont été effectués...

- **Service de navettes renforcé** au départ et vers la Porte Maillot, l'aéroport CDG et Montparnasse.
- **Deux gares de taxi et un service de transfert de personnes à moto** disponibles sur le parc des expositions.
- **De nouveaux restaurants, un service WiFi et un service de conciergerie** dans la Galerie d'Accueil du parc.
- Un nouveau **service de co-voiturage**.
- Une **nouvelle agence et plateforme d'hébergement**.

Pour permettre aux visiteurs d'aller droit au but, et de trouver les exposants qui les intéressent, une pléiade d'outils de visites a été mise en place :

- **Les guides de visites** : le guide du visiteur, diffusé gratuitement aux entrées, présente la liste des exposants, les plans du salon ainsi que toutes les informations pratiques concernant la visite du salon et le séjour à Paris. Mais aussi 3 guides spécifiques spécialement édités pour l'offre PAI-Ingrédients, Nutrition-Santé et Restauration.

- **Les parcours thématiques** : 8 parcours transversaux guident les visiteurs dans leur recherche d'exposants répondant à des préoccupations transversales : Produits Bio, Signes officiels de qualité, Produits rares et exceptionnels, Produits et démarches équitables et responsables, Prêts à consommer / Vente à emporter, Kashmer, Halal, Marque de distributeur.

- **Le répertoire des Tendances & Innovations Internationales 2010** : il décrypte toutes les tendances de consommation à travers le monde et présente tous les produits sélectionnés cette année. Il propose également les produits sélectionnés PGC, RHD, PAI, les Grands Prix Tendances & Innovations, les créations Food Design, les SIAL d'Or et la sélection Gourmet Expérience. Il est disponible à la vente sur l'Espace Tendances & Innovations (hall 6) et après le salon sur www.sial.fr.

- **Le Catalogue Officiel** : il recense tous les exposants par catégories produits, liste alphabétiques et pays. Il est disponible sur site et en vente également après le salon sur www.sial.fr.

- **Une signalétique dédiée** : sur les stands, une signalétique spécifique permet aux visiteurs de repérer les exposants ayant une offre MDD, un produit nouveau, un produit RHD ou un produit PAI.

SIAL 2010
J-38

SIAL 2010
The Global Food Marketplace
17-21 octobre 2010

SIAL 2010
The Middle Eastern Food Exhibition
Middle East
22-24 novembre 2010

SIAL 2011
Marché de l'Alimentation Nord-Américain
Canada
— Toronto —
10-13 mai 2011

SIAL 2011
Asia's Food Marketplace
China
18-20 mai 2011

SIAL 2011
The Latin American Food Marketplace
Mercosur
août 2011

LE SIAL EN QUELQUES CHIFFRES

Du dimanche 17 octobre au jeudi 21 octobre 2010 -
Parc des Expositions de Paris Nord
Villepinte - France

- 5 600 exposants dont 80% d'origine étrangère.
- 19 secteurs produits et filières alimentaires.
- Participation de 105 pays et des 22 Régions françaises.
- Forte mobilisation des pouvoirs publics : 115 visites officielles.
- 148 000 visiteurs attendus de 185 pays dont 60% de l'étranger.
- 45% des visiteurs appartiennent à la distribution : centrales d'achat, hard discount, GMS/HM, commerce de détail, grossistes, négoce, import-export.
- 18% des visiteurs sont des professionnels de la restauration commerciale et collective : acheteurs, grossistes, distributeurs, chefs.
- 32% des industries Agroalimentaires sont présentes.
- 15 animations et temps forts : un regard à 360° sur l'agroalimentaire mondial autour des sujets innovation, alimentation et santé, développement durable, le vin, les produits gourmets, les ingrédients, le retail, la restauration...
- Un programme de près de 150 conférences, rencontres et débats.
- 985 innovations produits.

Directrice Générale SIAL S.A. : Valérie Lobry
Directrice du SIAL Group : Adeline Vancauwelaert

Service de presse SIAL : VFC Relations Publiques

Caroline de Saint Albin - cdesaintalbin@vfc.fr

Marina Perrier - mperrier@vfc.fr

Jessica Novelli - jnovelli@vfc.fr

Émilie Harmouch - eharmouch@vfc.fr

Tel. : + 33 (0)1 47 57 67 77

Un événement
comexposium

www.sial.fr