



DEUX JOURS DÉDIÉS AUX NOUVELLES FORMES DE RESTAURATION

L'EUROPEAN SANDWICH & SNACK SHOW OUVRE SES PORTES À PARIS

Des exposants en augmentation, mais toujours cette volonté d'offrir aux visiteurs un salon ciblé sur son marché, à taille humaine, vecteur d'innovations et d'informations. L'édition 2006 de l'European Sandwich & Snack Show s'annonce riche en découvertes. Un rendez-vous à ne pas manquer, les 1^{er} et 2 mars au palais des congrès de Paris, porte Maillot.

Par Sylvie Soubes et Lydie Anastassion

Une multitude de garnitures, à base de poissons, de viandes, de fromages. Beaucoup de légumes, aux formats adaptés à tous types de sandwiches. Mais aussi des salades, des grignotages, des jus de fruits et des boissons destinées aux nouvelles générations de nomades. Une palette de pains frais et surgelés. Des packagings innovants dans la praticité, l'esthétisme et le format. Des étiquetages facilités. Des équipements fonctionnels, répondant parfaitement aux différentes attentes. Bref, l'édition 2006 de l'European Sandwich & Snack Show s'annonce particulièrement attractive pour tous ceux qui s'intéressent de près ou de loin au secteur. Le nombre d'exposants continue d'augmenter. Ils seront plus de 220 (contre 112 en 2000), sur une surface de 2 600 m². "Nous avons agrandi l'espace pour une meilleure visibilité des stands et une circulation facilitée des visiteurs. La manière circulaire dont le salon est organisé permet au visiteur de tout appréhender sans perdre de temps. C'est ce que veulent les gens aujourd'hui", explique la coordinatrice du salon, Martine Foulloy. Parmi les lancements, 3 tendances se dessinent : le développement des snacks chauds (sandwiches, soupes, pâtes...), l'émergence de produits sucrés spécifiques (salades de fruits, compotes, etc.) et la déclinaison des formats mini (cubes, brochettes). "En dépit des contraintes qui limitent le pouvoir d'achat des consommateurs, le marché évolue favorablement (77,3 % des avis)", ajoute Martine Foulloy. 56,1 % des entreprises interrogées déclarent avoir connu une croissance en volume supérieure à 10 % et 43,5 % déclarent une croissance de leur chiffre d'affaires, selon une enquête de l'Icaal. Les paramètres les plus importants du marché à retenir sont le prix (pour 67,5 % des entreprises), l'innovation (63,4 %), le goût (41,2 %), la praticité (36,5 %), la communication (34,5 %), la nutrition (25,3 %) et la promotion (10,8 %)*.

Actifs urbains 'mordus'

Côté consommateur, le profil est aujourd'hui parfaitement connu. Comme l'explique NPD Group, société internationale d'études et de marketing, le portrait-robot du client régulier de la restauration 'moderne' serait une femme, de catégorie socioprofessionnelle '+', âgée de 25 à 49 ans, et fréquentant le centre-ville, l'accessibilité étant une condition nécessaire pour le développement des formes de restauration rapi-



de. Par 'moderne', la société d'études entend tout un éventail d'offres de restauration nomade, allant des boulangeries, sandwicheries, stations-services, points de vente dans les gares et les aéroports, les magasins... "51 % des occasions d'achat sont réalisées en centre-ville (...). 65,3 % de ses consommateurs ont entre 25 et 64 ans et correspondent à une population active. Plus de 50 % des 'accros' de la restauration moderne se recrutent parmi les tranches d'âge 25-34 et 35-49 ans. Les catégories socioprofessionnelles plus élevées y ont davantage recours et 54,4 % des occasions d'achat sont réalisées par des femmes contre 45,6 % pour les hommes", indique l'enquête. En d'autres termes, ce sont les actifs urbains les plus enclins à ce type de restauration.

Martine Foulloy, coordinatrice du salon.



Durant ces 2 jours de salon, des conférences vont également permettre de faire le point sur les chaînes de sandwicheries en Europe et sur les produits déclinables en café-brasserie. À noter en particulier la conférence 'Sandwichs et snacks, une voie de renouveau pour les commerces traditionnels' le 1^{er} mars à 11 h 30, à laquelle vont participer Luigi Tommasini, directeur général d'illycaffè France, Hervé de Charry, directeur général du cabinet d'études Etire, et David Bourganell, directeur marketing de Semmaris Rungis. Et celle sur le thème 'Snacking, vecteur d'initiatives entrepreneuriales', le même jour à 16 h 30, et qui réunira Éric Trento, directeur de développement Bars and Co, Julie Baudry, fondatrice du concept Bleu Canard, Cédric Tiars, fondateur de Fin's Herb et Olivier Defosse, directeur général de Pack Avenue (le programme détaillé des conférences et des animations est disponible sur le site du salon).

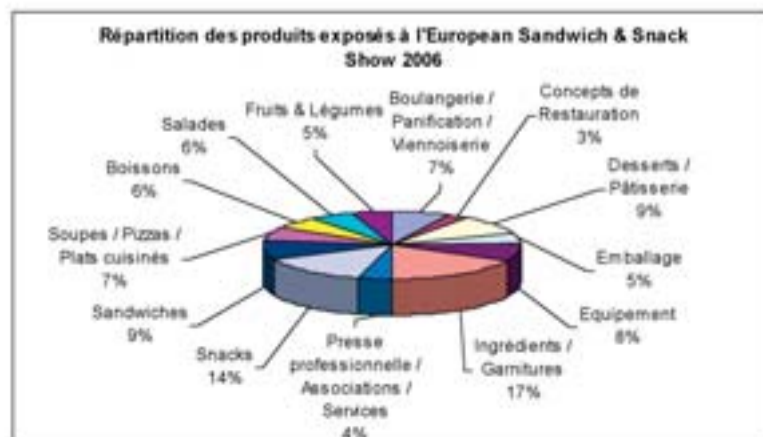
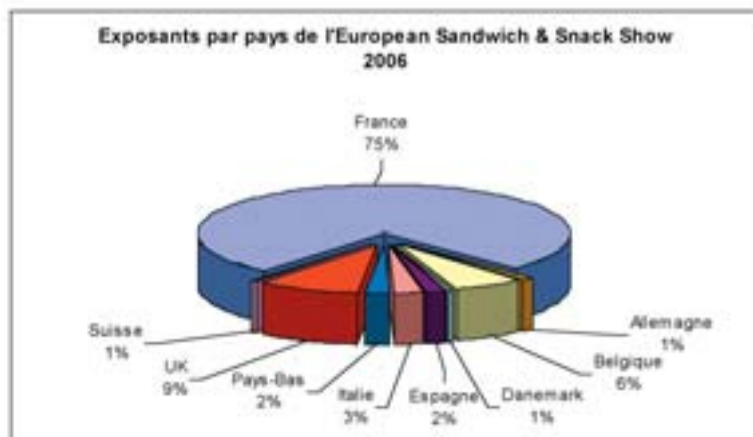
* Plusieurs réponses possibles.

7^e EUROPEAN SANDWICH & SNACK SHOW

PRATIQUE : MERCREDI 1^{er} MARS DE 9 HEURES À 19 HEURES ET JEUDI 2 MARS DE 9 HEURES À 17 HEURES

PALAIS DES CONGRÈS DE PARIS, PORTE MAILLOT
WWW.SANDWICHSHOWS.COM

Venez nombreux sur le stand L'Hôtellerie Restauration n° B 1, Hall Passy, à l'entrée du salon.



S P É C I A L S A N D W I C H