HOP SCOTCH

Taste France™

TASTE FRANCE 2026

Campagne B2C

Taste France™

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

Taste France B2C **est une campagne de communication 360°** activée dans 25 pays, organisée autour d'une programmation évènementielle 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**

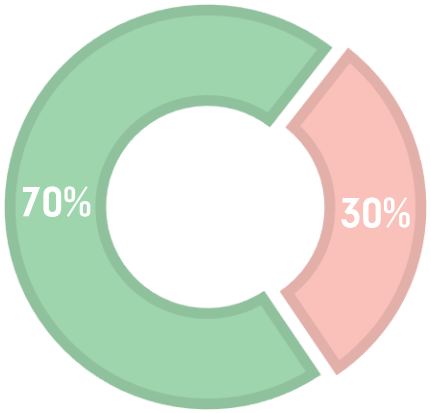
Voir la vidéo de présentation

Taste France™

Une campagne qui vous permet de bénéficier d'actions consommateurs de grande ampleur pour un coût très avantageux

MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE,
DE LA SOUVERAINETÉ
ALIMENTAIRE
ET DE LA FORÊT
Liberté
Égalité
Fraternité

Le ministère finance
70% de la campagne



Les **30%** restants sont financés par :

- interprofessions de l'agroalimentaire
- importateurs / distributeurs locaux
- entreprises et marques françaises

NOS PARTENAIRES

Taste France™

St Dalfour France
Vins du Val de Loire – Tous les vins sont dans sa nature
Soignon – Depuis 1895
Bouvet Ladubay – Brut de Loire
Lesieur
bel – for all for good
CIVB Bordeaux
Cognac France
Giffard – Depuis 1885 – France
Moët & Chandon – France 1743 – Champagne
Pernod Ricard
Cniel – Centre national interprofessionnel de l'économie laitière
1664
Domaines Baron de Rothschild – Lafite
Isigny Ste Mère
Martell – Cognac – Fondée en 1715
ArteVino
Charoluxe – Nom français obligatoire – Charolais Bleu
Fromager d'Affinois
vins de Provence
magimix
Aoste
Elle & Vire
Lillet – Maison fondée en 1872
Salins
Bourgognes – Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne
Andros
Union des Grands Crus de Bordeaux
Gérard Bertrand
Louis Roederer – Champagne
FICT – Les entreprises françaises de charcuterie traiteur
EntreMont – Fromager affineur – 1948
G.H. Mumm – Champagne
Francéclat
Vignobles Günther-Chereau
cicar
Hennessy – 1765
Vin de France – VDF – Liberty, Quality, Creativity
Légende
Monin
Interbev – Interprofession bétail & viande
Lesaffre
les fruits et légumes frais – Interfel
Inter Rhône
Mouton Cadet – Baron Philippe de Rothschild
Wines Tree – Éditeur de vins
cnipt – Comité National Interprofessionnel de la Pomme de Terre
St Michel – Biscuiterie familiale depuis 1920
Bonne Maman
Le Creuset
Groupe Lactalis
Châteaux Castel – Grands Crus
Pays d'Oc – Indication Géographique Protégée
Florette
Darégal – Le+ Taste
Champagne Taittinger – Reims

Exemples de partenaires depuis 2020. Liste non exhaustive.

BEST CASES

Taste France™

✅ Opération reconduite pour 2026

Shibuya French Festival

Événement consommateur propriétaire

Avec une 6e édition prévue à l'automne 2026, notre emblématique festival consommateur en plein cœur de Tokyo est porté par un « marché » dédié à l'achat et dégustation de produits français, en présence de chefs réputés au Japon et complété 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

BEST CASES

Taste France™

✅ Opération reconduite pour 2026

Taste of London

Événement consommateur

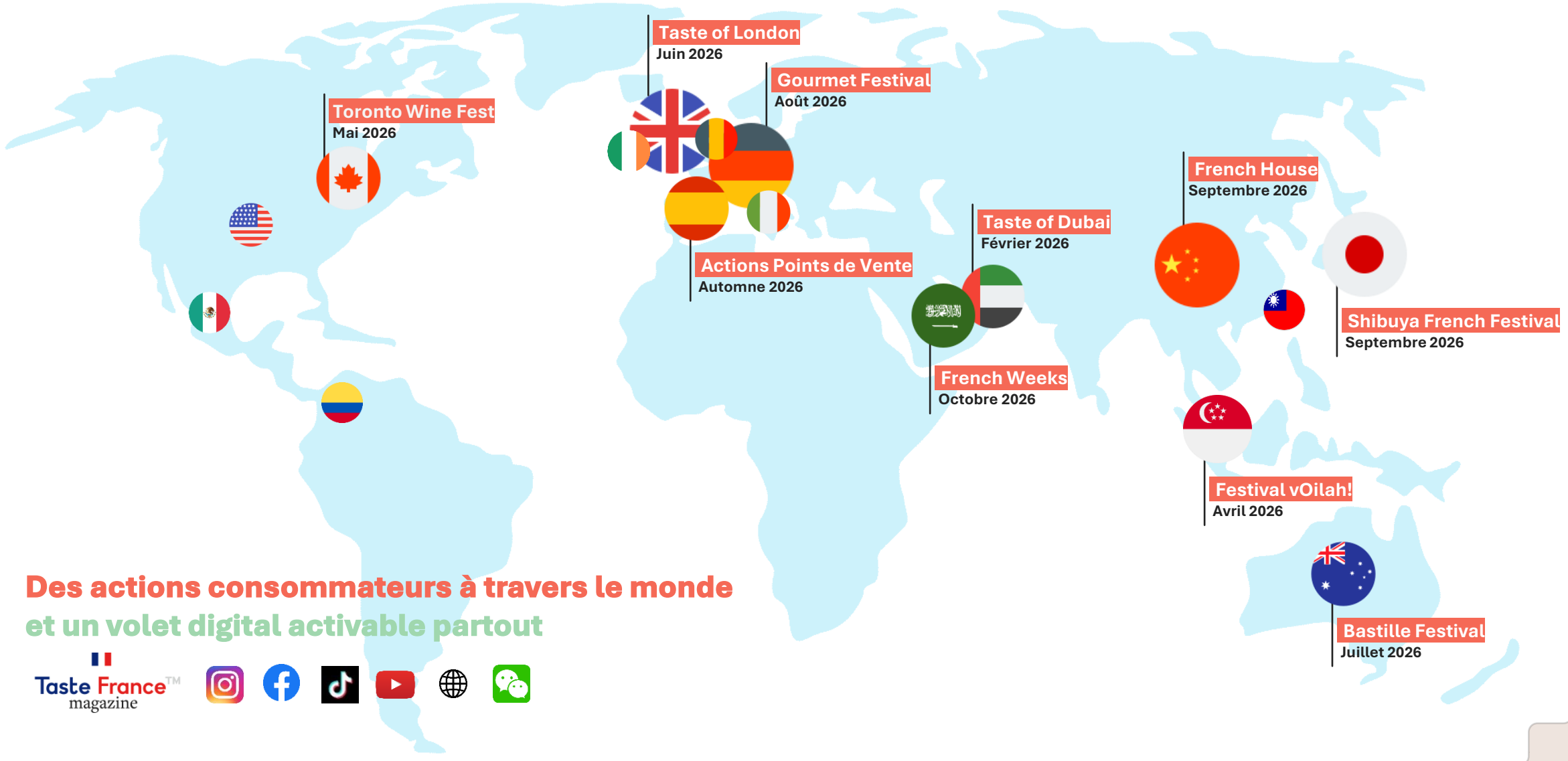
Depuis 2019, Taste France s'impose comme un exposant majeur du célèbre festival Taste of London, qui attire chaque année plus de 50,000 visiteurs à Regent's Park. Avec plus de **150m2 dédiés aux produits français**, notre pavillon propose une expérience conviviale aux visiteurs avec un bar et sa large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

Voir la vidéo bilan

ACTIONS 2026

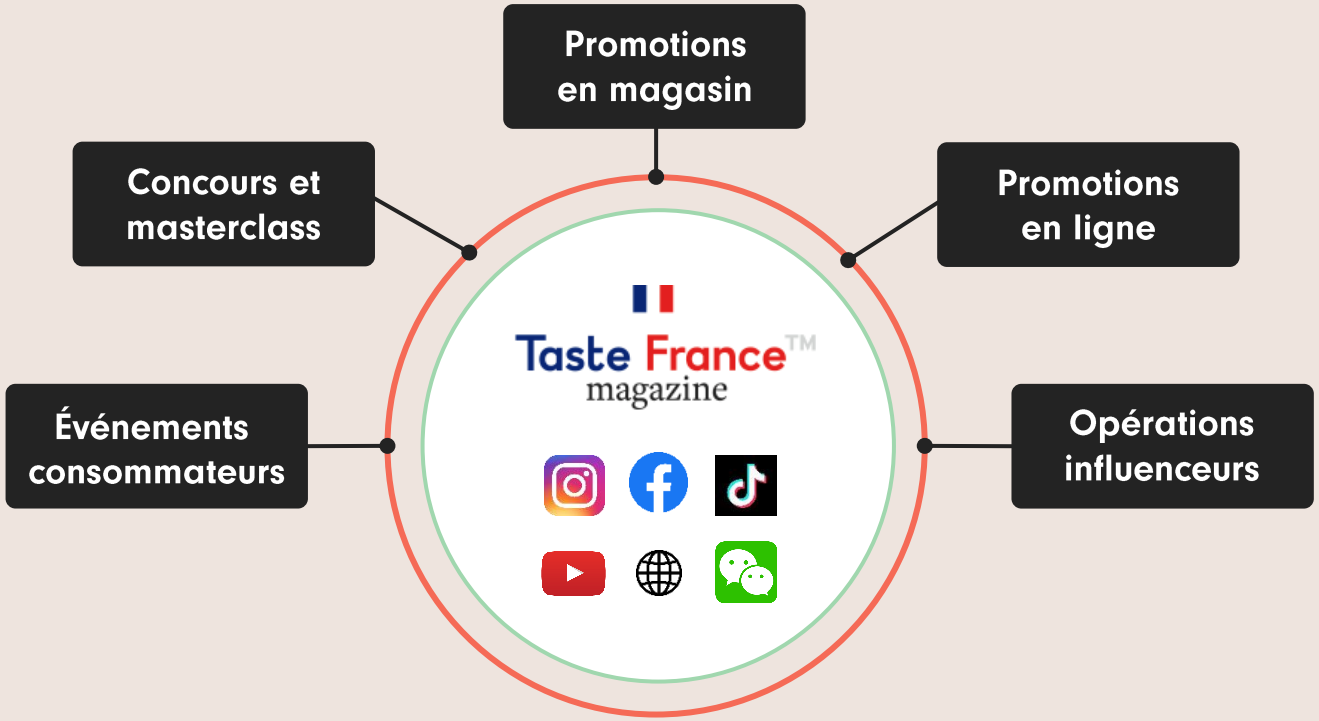
Taste France™



Des actions consommateurs à travers le monde
et un volet digital activable partout

Taste France™ magazine

Des typologies d'actions variées complétées par notre écosystème digital



Taste France Magazine,
1er média digital international 100% dédié aux produits français

Voir la vidéo de présentation

STRATÉGIES GRAND PRIX DE LA COMMUNICATION ÉDITORIALE 2021 OR

> Une plaquette commerciale dédiée à Taste France Magazine est également à votre disposition

Notre site TasteFrance.com

Taste France™ magazine

5,500,000+
pages vues par an

Des formats variés pour mettre en avant vos produits

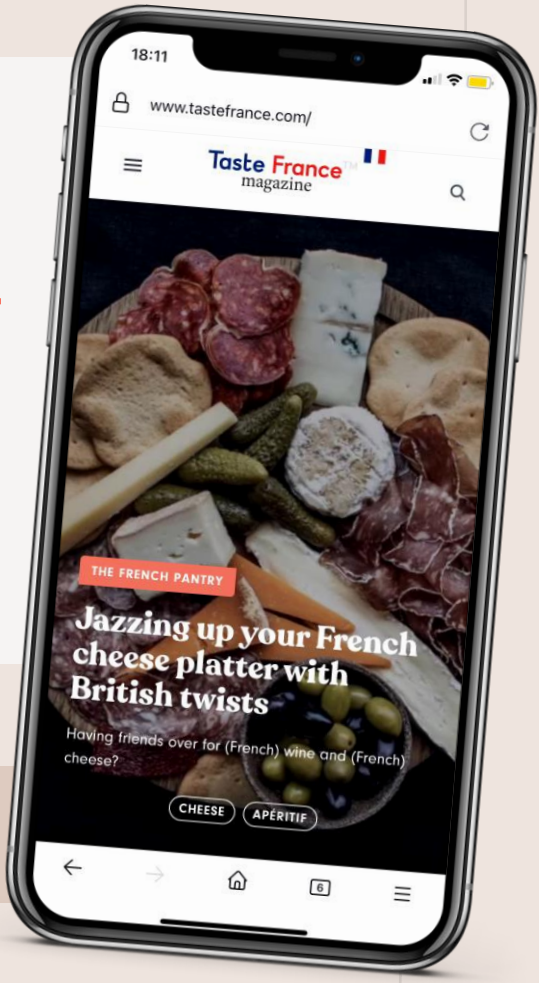
Nos articles, recettes et fiches produits sont réalisés **sur mesure** avec une valorisation des contenus vidéo et un maillage interne optimisé

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 internet fonctionnel et inspirant

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



Cliquez pour accéder aux versions du site !

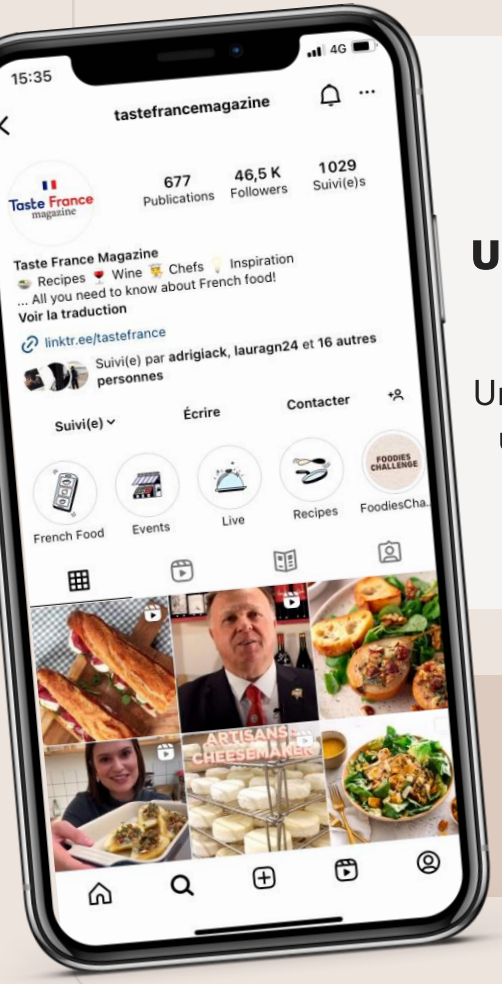
Nos réseaux sociaux

Taste France™ magazine

450,000
abonnés

60,000,000+
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
	Ang +	Anglais	Anglais		

Cliquez pour accéder aux comptes !

Détail du programme d'actions 2026

Actions 2026 Dates indicatives

Semestre 1

Asie / Moyen-Orient

- Taste of Dubai
- Festival vOilaah! ◆
- Salon CDIA ◆
- French House #6

Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | ...

Amériques / Europe

- Toronto Wine Fest
- Taste of London #6
- Majestic Wine
- Rewe #4
- Boutique SAQ ◆

Évènement consommateur	Évènement prescripteur	Retail Offline	Retail Online	Influenceurs / Media	Action de réserve : ◆

Actions 2026 Dates indicatives

Semestre 2

Asie / Moyen-Orient

- Rising Pastry Chef
- Bastille Festival
- Shibuya Festival #6
- French Weeks #4
- Noël en France

...	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre

Amériques / Europe

- Craft & Cook
- Gourmet Festival #3
- Comté Belgique
- Action Points de Vente
- Atelier Bœuf / Pdt
- French Apples
- French Apples
- French Apples

Évènement consommateur	Évènement prescripteur	Retail Offline	Retail Online	Influenceurs / Media	Action de réserve : ◆

Gourmet Festival

3e édition

Évènement consommateur | Août 2026 | Düsseldorf | CSP+, 25-60 ans

Taste France de retour sur le plus grand festival de street-food d'Europe!
Le Taste France Bistro Bar, un espace de plus de 60m2 dédié au meilleur de la gastronomie et des boissons françaises revient sur le Gourmet Festival, festival foodies par excellence qui réunit chaque été sur l'emblématique Königsallee de Düsseldorf plus de 100 000 foodies pendant 3 jours.

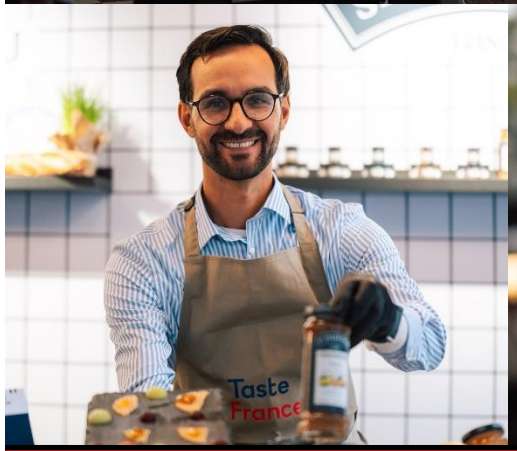
🎯 Objectifs

Augmenter la notoriété des produits français auprès d'une cible urbaine CSP+, rendre plus accessible les produits français auprès de cette cible, encourager l'acte d'achat

⚙ Mécanique et animations

- Un espace de plus de 60m2 au cœur du Festival pendant 3 jours incluant :
  - Un bistro bar dédié aux produits de nos partenaires avec des dégustations dédiées
  - Un bar à vins / à cocktails
  - Un espace ateliers (dégustations et masterclasses vins)
  - Un espace terrasse / guinguette avec DJ Set et pétanque
- Un partenariat GMS avec Edeka Zurheide pour prolonger l'expérience Gourmet Festival en GMS
- Le tout sera soutenu par une campagne de communication via Taste France Magazine, une campagne d'influence Taste France Family (partenariats avec 4 influenceurs Instagram) et des partenariats médias locaux

100 000+	500 000+	30	20 000
visiteurs	contacts	animations	produits distribués



Budget total estimé	**190 000 €**
dont dotation	120 000 €
Cofinancement cible	**70 000 €**
Package 1	20 000 €
Package 2	15 000 €
Package 3	7 500 €

Taste France x Rewe

4e édition

Retail Online

Eté 2026

National

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

Une activation 100% digitale

Renouvellement de l'activation 100% digitale avec l'enseigne GMS Rewe - N°2 en Allemagne - sur ses différentes plateformes pour en faire un véritable rdv annuel. Visibilité maximale pour les marques via des recettes mettant en avant des produits français. Les synergies avec Taste France sont maximisées via le partage de contenus sur le magazine et ses plateformes.

🎯 Objectifs

Faire connaître la diversité et la qualité des produits français ; encourager les intentions d'achats et augmenter les ventes grâce à une opération annuelle dans la 2e plus grande chaîne retail du pays

⚙ Mécanique et animations

- Développement de recettes et de contenus dédiés / mise en avant des marques partenaires
- 4 semaines de promotions en ligne pour les marques partenaires : online only
- Jeu concours : promotion via ticket de caisse suite à acte d'achat et relai sur les plateformes digitales
- Prolongement du contenu sur différents canaux Rewe (site web, newsletter, posts & ads sur les réseaux sociaux, flyer dans les livraisons à domicile)
- Campagne display sur le site et sur les réseaux sociaux
- Intégration des contenus Rewe sur TFM et ses plateformes

+4	5	>8M	+15%*
semaines d'activation	recettes créées	consommateurs touchés	de ventes supplémentaires

*en moyenne, différences selon le produit

Budget total estimé *dont dotation*	**145 000 €** 90 000 €
Cofinancement cible	**55 000 €**
Package unique	11 000 €

French Week

4e édition

Retail Offline

Octobre/Novembre 2026

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

- Opération de dégustations sur les 10 magasins ainsi que habillages TG Taste France – French Market au sein de 10 magasins
- 1 POP-UP en magasin incluant des cours de cuisine avec des chefs autour d'un concept de French Market
- 1 cérémonie d'ouverture avec l'ambassadeur et le top management de l'enseigne

180 000
contacts

18 000
dégustations

Budget total estimé *dont dotation*	**110 550 €** 70 550 €
Cofinancement cible	**40 000 €**
Package 1 (20 sessions)	7 500 €
Package 2 (10 sessions)	5 500 €

Bastille Festival 2026

1ère édition

Évènement consommateur | 16-19 juillet 2026 | Sydney | CSP+ 25-45

Taste France installe son Pavillon au cœur du plus grand festival français d'Australie

Le Taste France Village, un espace immersif de 450m² dédié au meilleur de la gastronomie, des vins et de l'artisanat français, prendra place au Bastille Festival de Sydney - le rendez-vous incontournable des amateurs de culture, vin et de cuisine française qui attire chaque année plus de 600 000 visiteurs sur quatre jours au cœur de Circular Quay.

🎯 Objectifs

Renforcer la notoriété et l'accessibilité des produits français auprès d'un public urbain foodie, en valorisant leur qualité, leur authenticité et leur dimension culturelle à travers une expérience gourmande et éducative.

⚙ Mécanique et animations

Un espace de 450 m² dédié à la découverte du goût et de l'artisanat français, articulé autour de trois zones :

- Espace vin et accords | dégustations guidées et découvertes d'accords mets et vins
- Scène culinaire | démonstrations et masterclass animées par chefs et fromagers
- Marché & artisanat | sélection de fromages, charcuteries, pâtisseries, douceurs et produits d'épicerie fine.

Le tout sera soutenu par une campagne de communication RP incluant un communiqué de presse, l'invitation de 15 médias/influenceurs et amplification via Taste France Magazine.

600 000	65 000	5M	15 000
visiteurs	visiteurs sur stand	*Portée Media*	*produits distribués*

Partenaires ANIVIN DE FRANCE Association Nationale Interprofessionnelle + marques (food)

Budget total estimé	**90 000 €**
dont dotation	45 000 €
Cofinancement cible	**45 000 €**
Package 1	15 000 €
Package 2	10 000 €

Toronto Wine Fest

1ère édition

Évènement consommateur | 15, 16 & 17 mai 2026 | Toronto | Consommateurs

Le Pavillon français débarque à Toronto !

Le Toronto Wine Fest est l'évènement consommateur incontournable des amateurs de vin en Ontario, offrant une expérience de dégustation illimitée et sans jetons. Le Festival propose une sélection mondiale de vins et de boissons complétée par des séminaires éducatifs gratuits animés par des professionnels et une variété d'options de restauration disponibles. **Cet événement est également ouvert aux partenaires food**.

🎯 Objectifs

Faire la démonstration de la diversité des produits issus de l'agriculture française à des consommateurs éduqués grâce à des stands de dégustation et des animations ludiques et éducatives.

⚙ Mécanique et animations

- **Taste France aura le statut de partenaire privilégié du Festival** (« *Presenting Region* ») incluant :
  - Espace de 225 m² au cœur du Festival
  - 1 masterclass par cofinanceur
  - 3 jours d'événement
  - Visibilité à travers tout le plan de communication et le programme d'influence du Festival

5 000+
consommateurs

20 000 000
impressions

5 à 7
cofinanceurs

Package 1
- *Espace de 20m² dans le pavillon Taste France*
- *1 masterclass (30 minutes, 40 personnes)*
- *Création et production de tous les éléments du kiosque, incluant les goodies (à définir avec les cofinanceurs)*
- *Animations dans l'espace (à définir avec l'interprofession)*
- *Visibilité privilégiée dans tout le matériel Taste France produit (flyer, publication RS, article, etc.)*

Package 2
- *Espace de 5m² dans le pavillon Taste France*
- *Création et production de tous les éléments du kiosque*
- *1 masterclass (30 minutes, 40 personnes)*
- *Animations dans l'espace (à définir avec l'interprofession)*

Budget total estimé *dont dotation*	**200 000 €** 100 000 €
Cofinancement cible	**200 000 €**
Package 1	20 000 €
Package 2	10 000 €

French House + retail

6e édition

Événement cosommateur
Retail Offline + Online

Mai/juin 2026

TBC (villes envisagées : Chengdu, Chongqing…)

CSP+, millenials et familles urbaines

Un véritable voyage à la découverte des produits de bouche et de l'Art de Vivre français

Expérience sensorielle et immersive, la French House s'adresse à la fois à la presse et aux influenceurs chinois en leur proposant différents ateliers-découvertes animés par des experts, et aux consommateurs chinois, invités à découvrir les produits français dans le cadre exceptionnel du « Marché à la française » de la French House. Son volet retail sera renforcé pour compenser l'annulation des Semaines françaises 2026.

🎯 Objectifs

- Poursuivre l'adaptation aux besoins du marché chinois et l'expansion de cet événement phare vers des villes moins saturées que Pékin ou Shanghai, en ciblant des territoires où la demande pour les produits importés/français est forte mais l'offre encore limitée.
- Continuer à enrichir la dimension immersive de l'événement à travers la scénographie, des décors évocateurs et une programmation créative (animations interactives, spectacles, ateliers).

⚙ Mécanique et animations

- Collaborer avec un lieu d'accueil chinois (centre commercial…) , pour une mise en valeur de l'événement optimale.
- Y adapter le concept de « French House » en intégrant une scénographie immersive et concevoir une série d'expériences
- Mettre en place un marché avec des stands pour vendre et faire déguster les produits.
- Proposer des animations interactives pour engager le public de manière dynamique.
- Organiser des ateliers thématiques pour promouvoir les produits français et offrir une dimension éducative. Établir des partenariats médias pour maximiser la visibilité.

10 000	25	3 000 000	40+
visiteurs	stands	contacts touchés	médias/KOLs

Photos de la 4e édition de French House à Pékin en 2024 – la 5e édition, à Xi'an, se tenant du 19 au 21 septembre 2025

Budget total estimé	**203 000 €**
dont dotation	133 000 €
Cofinancement cible	**70 000 €**
Package de sponsor exclusif	25 000 €
Package de sponsor premier	10 000 €
Package de sponsor standard	3 000 €

Marché de Noël

3ème édition

Évènement consommateur | Décembre 2026 | A confirmer | Cibles : 25 - 45

Sur deux jours, offrir aux consommateurs une immersion raffinée dans l'art de la gourmandise à la française, dans une ambiance festive de Noël. Ce parcours qui offrira une plongée dans le savoir-faire et les saveurs de marques iconiques françaises, en partenariat avec un acteur phare du retail (SKP), dans une des grandes mégalopoles dynamiques du pays.

🎯 Objectifs

A l'occasion de Noël, célébrer la culture française auprès des Millenials et familles chinoises au revenu élevé, en leur offrant des moments de consommation privilégiés et en mettant en avant des produits français.

⚙ Mécanique et animations

- Un marché de Noël à destination du grand public organisé en partenariat avec un grand central commercial permettant la visibilité des produits, à travers la dégustation et la vente.
- Production d'expérientiels des marques pendant l'événement : creatif, storytelling, mise en situation,organisationnel (atelier, corner, animations), staff, photocall pour dégustation ou/et vente
- Des ateliers thématiques, avec mise en place de corners mettant en valeur des produits français.
- Des animations festives intégrées au marché pour valoriser l'Art de Vivre à la française
- Médiatisation en amont, pendant et en aval notamment via des partenariats média et via les réseaux sociaux chinois de Taste France Magazine (WeChat, RED, Douyin)
- Collaboration avec les KOL/KOC pour élargir l'impact sur les réseaux sociaux

2	50,000	10-15	50
jours de marché	visiteurs	stands	retombées presse

Partenaires: **À confirmer**

Budget total estimé *dont dotation*	**50 000 €** 8 000 €
Cofinancement cible	**42 000 €**
Package 1	5 000 €
Package 2	3 000 €

Taste of Dubai

3e édition

Évènement consommateur

Février 2026

Dubai

CSP+, 23-50 ans

Taste France au cœur du plus gros festival F&B des Emirats

Forts 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, café/brasserie est un espace de 90m2 et il mettra en avant la gastronomie francaise 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 90m2 au cœur du Festival pendant 3 jours façon Café/Brasserie a la francaise avec différentes activités :

- Live cooking show/démo avec des Chefs, et différents experts (Boulanger, Alcool ect ...)
- Master Class durant les 3 jours
- Dégustation des marques participantes sur les 3 jours pour faire connaitre l'intégralité des produits a une large audience.

27 000 visiteurs

12 000 visiteurs sur stand

16 000 dégustations

Budget total estimé *dont dotation*	**140 000 €** 95 000 €
Cofinancement cible	**45 000 €**
Package 1	15 000 €
Package 2	7 000 €
Package 3	5 000 €

Pop-ups en points de vente

1ère édition

Retail Offline

À définir

Madrid + Barcelona + Valencia + Bilbao + San Sebastián

CSP + 20-60 ans

Journées de dégustation de produits français auprès des consommateurs espagnols

Faire découvrir la gastronomie française au public local grâce à une expérience dans des lieux emblématiques du quotidien, avec des espaces pop-up dans deux marchés à Madrid et des stands mobiles à Barcelone, Valence, Bilbao et San Sebastian. Dégustation de produits, animations interactives (type démonstration culinaire) et liens avec l'écosystème Taste France Magazine pour renforcer la pédagogie.

🎯 Objectifs

- Mettre en avant les produits français dans des environnements gourmets et emblématiques du quotidien.
- Créer une connexion directe avec le consommateur à travers des expériences engageantes.

⚙ Mécanique et animations

Journées de promotion (6 jours à Madrid, 3 jours dans les autres villes), avec conception et installation du branding ainsi que tout le personnel de soutien pour les dégustations de produits.

(1) Expérience Pop-up Gastronomique à Madrid :

- Pop-up dans les marchés de La Paz et Chamartín, avec des dégustations quotidiennes et 2 showcooking (également ouverts à la presse et aux influenceurs), dirigés par un chef reconnu. Borne interactive avec jeux pour la collecte de leads, distribution de merchandising et tirages au sort de produits. Lien avec les commerces du marché proposant les produits à la vente.

(2) Expérience de stands mobiles de dégustation gastronomique à travers le pays :

- Stands mobiles pour des dégustations quotidiennes de produits dans les marchés Mercado Central de Valence, Santa Caterina et Ninot à Barcelone, Marché de Bilbao et Marché de San Martín à Saint-Sébastien.

Budget total estimé	**72 000 €**
dont dotation	38 000 €
Cofinancement cible	**34 000 €**
Packages	6 000 à 17 000€

7	90.000	27
marchés emblématiques	consommateurs touchés	Journées de dégustation

Shibuya French Festival

6e édition

Évènement consommateur | Sept/Oct 2026 | 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, amplifié par des campagnes de promotions dans les restaurants de l'emblématique 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, avec présence de chefs proposant des menus exclusifs
- Volet courant d'affaires via promotion en restaurants du quartier en parallèle de l'événement
- Soirée d'ouverture pour les sponsors, journalistes et Taste France Family
- Vaste plan de communication : conférence de presse, communiqués de presse, posters, flyers, animations dans 6 lignes de train, 28 stations et affichages digitaux à Shibuya, site internet dédié, amplification digitale via Taste France Magazine (site internet, Facebook, Instagram)...

4 000+ visiteurs	**60+** retombées média
100M+ impressions	

Budget total estimé *dont dotation*	**370 000 €** 240 000 €
Cofinancement cible	**130 000 €**
Package 1	5 000€
Package 2	10 000€
Package 3	20 000€

Taste of London

6e edition

Évènement consommateur | Juin 2026 | Regent's Park, Londres | CSP+, 25-50 ans

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

Le Village Taste France, un espace de 150m2 dédié au meilleur de la gastronomie et des boissons françaises reprend ses quartiers à Taste of London, premier festival gastronomique du Royaume-Uni, et vitrine incontournable des dernières tendances sur le marché britannique, avec un public de plus de 55,000 consommateurs foodies avertis.

🎯 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 cours de cuisine.

⚙ Mécanique et animations

- Un village de 150m2 au cœur du Festival pendant 5 jours incluant :
  - Un espace épicerie avec vente et dégustation des produits de nos partenaires
  - Un bar à vins central avec l'ensemble des vins des nos partenaires en vente
  - Des espaces éducatifs avec animations : échantillonnage, wine talks avec un représentant de la région, etc.
  - Une animation DJ tous les soirs du festival
- Le tout sera soutenu par une campagne de communication via Taste France Magazine (site internet, réseaux sociaux) et une campagne d'influence Taste France Family (partenariats influenceurs Instagram)

60 000	25 000	60	7000
visiteurs	visiteurs sur stand	animations	produits distribués

Budget total estimé *dont dotation*	380 000 € 230 000 €
Cofinancement cible	**150 000 €**
Package 1	40 000 €
Package 2	15 000 €
Package 3	10 000 €

Majestic Wine

2e edition

Retail Online + Offline | Juin 2026 | Royaume-Uni | CSP+, 23-50 ans

Partenariat en ligne avec l'enseigne spécialisée Majestic Wine

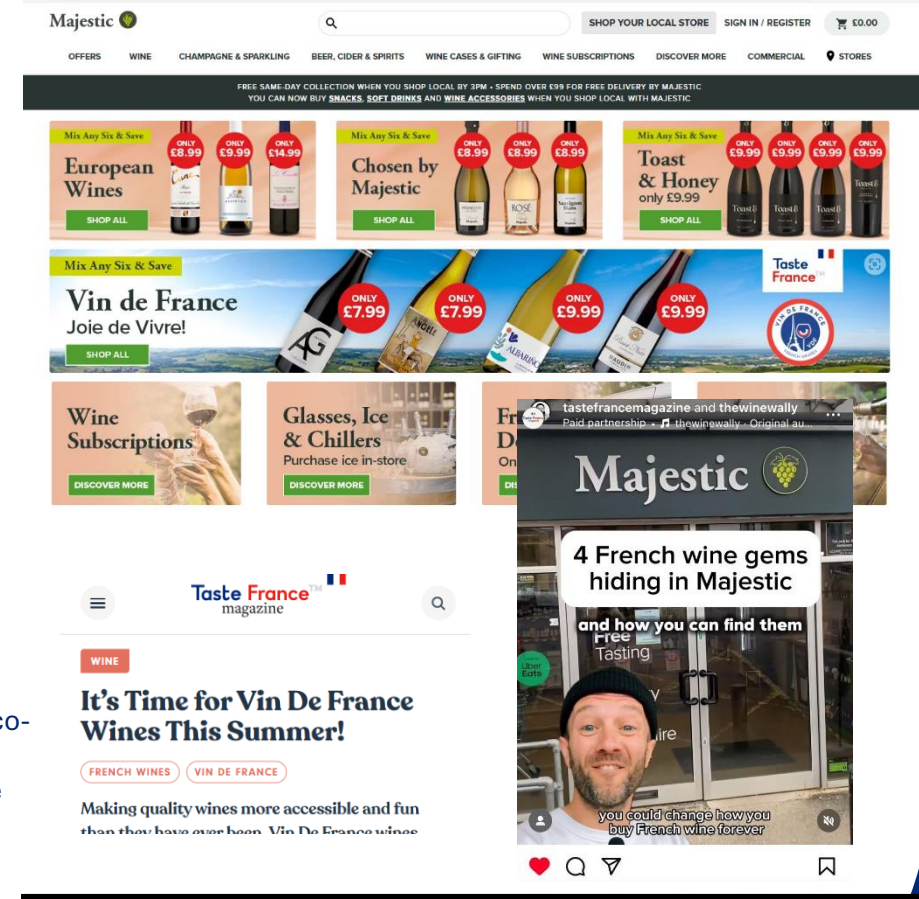
Mise en avant des vins français via une opération retail, parallèle à Taste of London et soutenue par un partenariat influenceur et une campagne de médiatisation sur Taste France Magazine

🎯 Objectifs

- Renforcer la notoriété des vins français et la marque Taste France et booster les ventes de vins français.
- Générer des contenus de qualité mettant en valeur les produits français présentés
- Générer du trafic sur Taste France Magazine via un partenariat influenceur

⚙ Mécanique et animations

- Une visibilité renforcée sur le site web Majestic :
  - Mise en avant de vins français sur la page d'accueil du site e-commerce Majestic + page dédiée + mixed case
  - Email newsletter avec mise en avant d'une sélection de vins de nos partenaires
- Dégustation en magasins (10 magasins dans le Grand Londres) *(en supplément)*
- Une amplification influence et digitale :
  - Partenariat avec l'influenceur vin Liam d'Arcy @thewinewally pour créer un réel sur Instagram, qui sera diffusé en co-création avec @tastefrancemagazine
  - Création d'un contenu sur TasteFrance.com, relayé sur les réseaux sociaux, avec mise en avant d'une sélection de vins français renvoyant sur le site e-commerce Majestic
  - Mise en avant de la sélection Majestic / partenaires lors de l'action Taste of London.



Budget total estimé	**55 000 €**
dont dotation	25 000 €
Cofinancement cible	**30 000 €**
Package 1	20 000 €
Package 2	10 000 €

70 000 Vues sur la page d'accueil

60 000 produits vendus

10 000 Comptes touchés via Instragram

40% Taux d'ouverture newsletter

Festival vOilah!

1ère édition

Évènement consommateur | Avril 2026 | Singapour | CSP+, 20 - 45

Promotion de la gastronomie et des produits agroalimentaires français

Organisation d'un marché français pour l'inauguration et le 1er weekend du Festival VoiLah! organisé par l'ambassade de France (24-26 avril 2026) et permettre aux consommateurs singapouriens de (re) découvrir les produits français, de les goûter et de les acheter sur place.

🎯 Objectifs

- Notoriété et éducation : véritable opportunité de découvrir toute la diversité et l'abondance de la culture française
- Distinction et préférence : asseoir le statut de référence des produits français et ancrer le réflexe dans la prescription et la consommation en Asie pour renforcer les ventes.

⚙ Mécanique et animations

- 3 jours de festival au cœur du centre commercial VivoCity avec un espace dédié à l'art de vivre à la française, avec des stands dédiés pour les partenaires avec une série d'animations : jeux, concours, mini-dégustations culinaires, ateliers découverte des produits et des temps forts animés par de la musique live. Présence d'un espace dédié aux enfants pour attirer les familles.
- Soirée d'ouverture autour d'un bar style « guinguette », en présence de l'Ambassadeur de France
- Volet courant d'affaires avec des promotions menés chez un retailer local (FairPrice)

3	250,000+	10/12	30+
Jours	Consommateurs touchés	Marques participantes	Publications

Partenaires INAPORC FICT VINS DE BORDEAUX

Budget total estimé *dont dotation*	**80 000 €** 40 000 €
Cofinancement cible	**40 000 €**
Package 1	10 000 €
Package 2	5 000 €

Digital & Influence

Taste France Magazine
Taste France Family

Production éditoriale

Taste France™ magazine

Des contenus éditoriaux inspirants avec un fort focus vidéo pour séduire les publics foodies à l'international

Des reportages en région mettant à l'honneur terroir, savoir-faire et producteurs français pour inspirer les consommateurs

Fromage de chèvre, Poire française

à partir de
4 000€

Des vidéos pédagogiques et ludiques grâce à un format Q&A / décryptage incarné par un expert du secteur

Pâtisserie, Charcuterie

à partir de
3 000€

Des recettes faciles et inspirantes, des classiques français au fort potentiel SEO aux tendances sur les réseaux sociaux

Fiche recette, Vidéo recette

à partir de
800€

Articles généralistes, en lien avec l'actualité et les tendances foodies. Déclinaisons en vidéos « snack » possibles.

Étiquettes de vin BBQ à la française

à partir de
600€

Tous nos contenus sont hébergés sur notre site et partagés sur nos réseaux sociaux, avec une stratégie d'achat média multi-marchés performante

450 000+ abonnés, **30 000 000+** contacts touchés, **60 000 000+** impressions par an
4 500 000+ pages vues sur TasteFrance.com chaque année

TasteFrance.com newsletter

Actions influenceurs

FAMILY Taste France

Taste France™ magazine

... avec nos influenceurs-ambassadeurs Taste France Family pour toucher des foodies engagés à travers le monde

CITY GUIDE LOOKING for FRENCH FOOD

Un format immersif et gourmand avec visite de lieux où retrouver vos produits à l'étranger

Cologne, Stuttgart

Leeds New York

RECIPE

Classiques français ou *Mix & Match* adaptés aux usages locaux, possibilité de live recettes, accords mets-vin...

Clafoutis (live) Cookies

Porc aux prunes Vins Pays d'Oc

CONTENU SUR MESURE

Masterclass vin, jeux-concours avec box de produits à gagner, ateliers...

Possibilité de mobiliser l'enveloppe de réserve

BBQ à la française CGA

My Favourite French Products

Tarifs : à partir de **1500€**, selon format / marché / profil influenceur

🔎 **Zoom sur les profils principaux par marché :**

GÉRALDINE LEVERD 🇩🇪
@la.cuisine.de.geraldine

MOLLY WILKINSON 🇺🇸
@mollyjwilk

HOL CLARKSON
@holclarkson

SORTED FOOD
@sortedfood

KATIE MELCHIOR
@frenchwinetutor

NICOLE MUSCARI
@grapechic

TANJA FARWICK
@foodistas_food_and_sistas

CHRISTINE GARCIA URBINA
@trickytine

TOMOKI TAKEMURA
@tomoky_take

RINA ISHII
@ri7tin1025

Met. 鹿先森

Nicco 妮扣

Quelques cofinanceurs en 2025

Interfel – Interprofession des fruits et légumes frais

Focus ES / DE / UK

COMITÉ NATIONAL DE LA CONCHYLICULTURE

Focus ES / CN / HK

VINS DU CENTRE-LOIRE

Focus US

FAMILY Taste France

LACTALIS

Focus JP

Taste France™

CAMPAGNE B2C

HOPSCOTCH

Yann Guislain

Directeur comptes stratégiques

+33 7 69 31 26 11

yguislain@hopscotch.one

Clément Lifermann

Coordination campagne Taste France B2C

clifermann@hopscotch.one