Taste France

Campagne B2C 2027

Taste France™



HOPSCOTCH

HOPSCOTCH ■ SEASON

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.



Comment ? En faisant **rentrer les produits français dans la cuisine du quotidien** des consommateurs internationaux

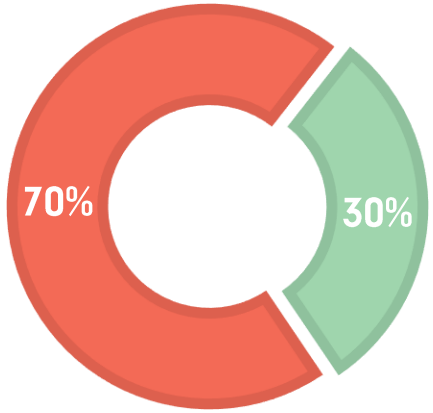
Chiffres-clés 2025

19	30	100,000,000
pays ciblés	actions menées	contacts touchés

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

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

Le ministère finance **70%** de la campagne



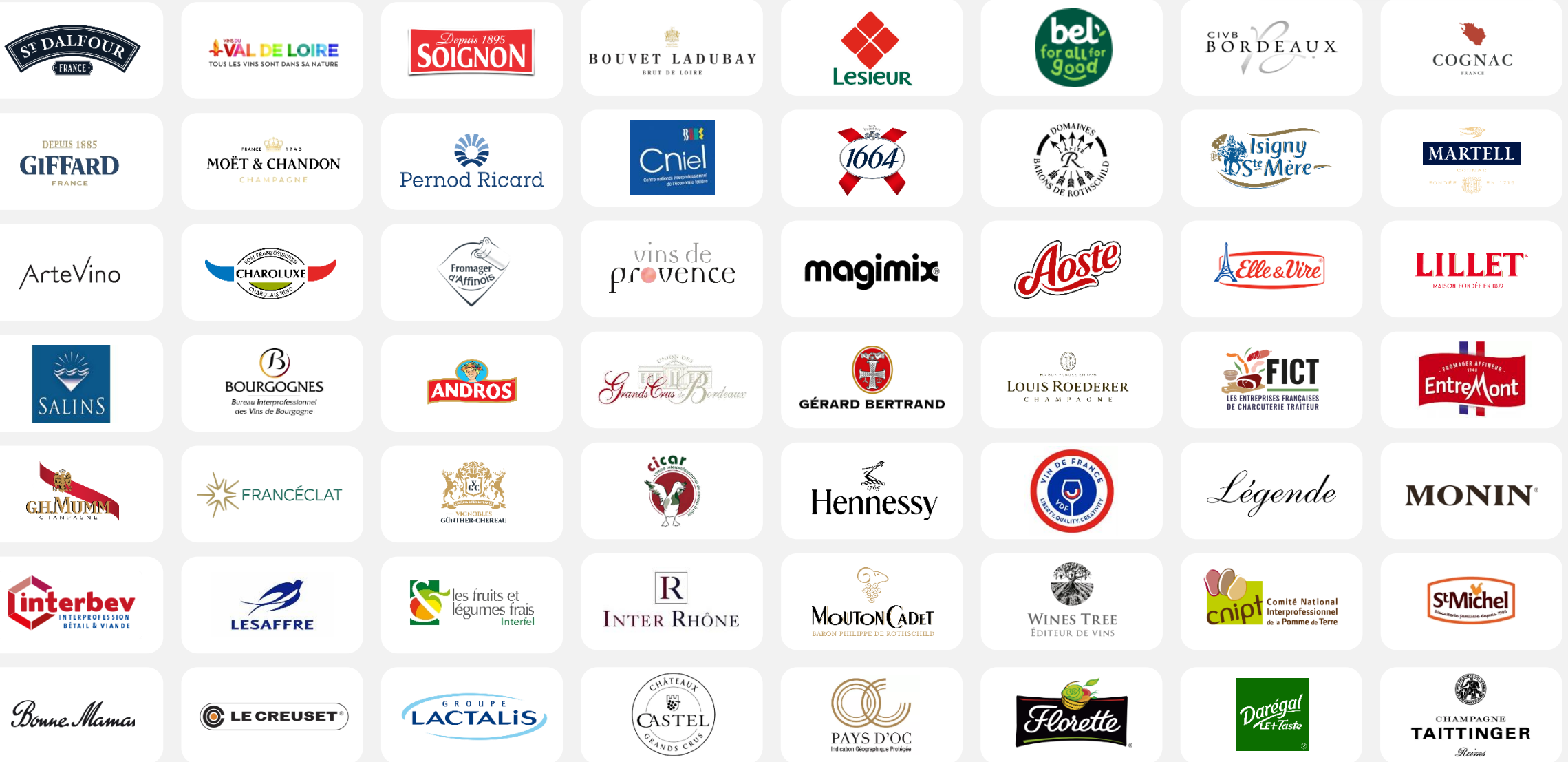
Les **30%** restants sont financés par :

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

120 cofinanceurs en 2025
dont la moitié en reconduction

NOS PARTENAIRES

Taste France™



Exemples de partenaires depuis 2020. Liste non exhaustive.

COORDINATION

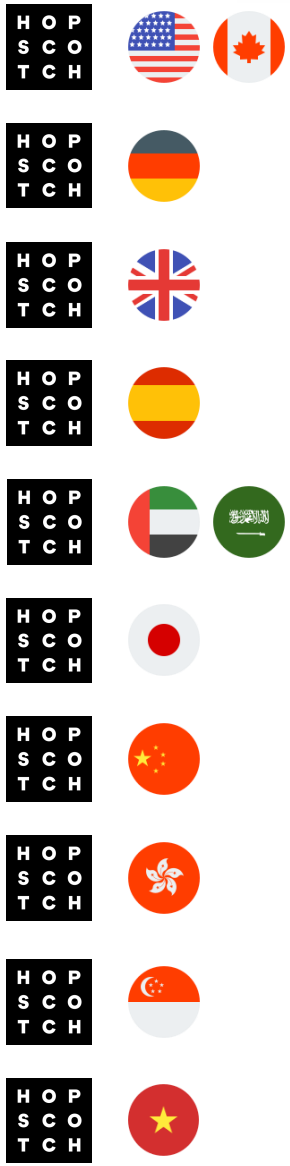
Taste France™

MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
ET DE LA SOUVERAINETÉ
ALIMENTAIRE

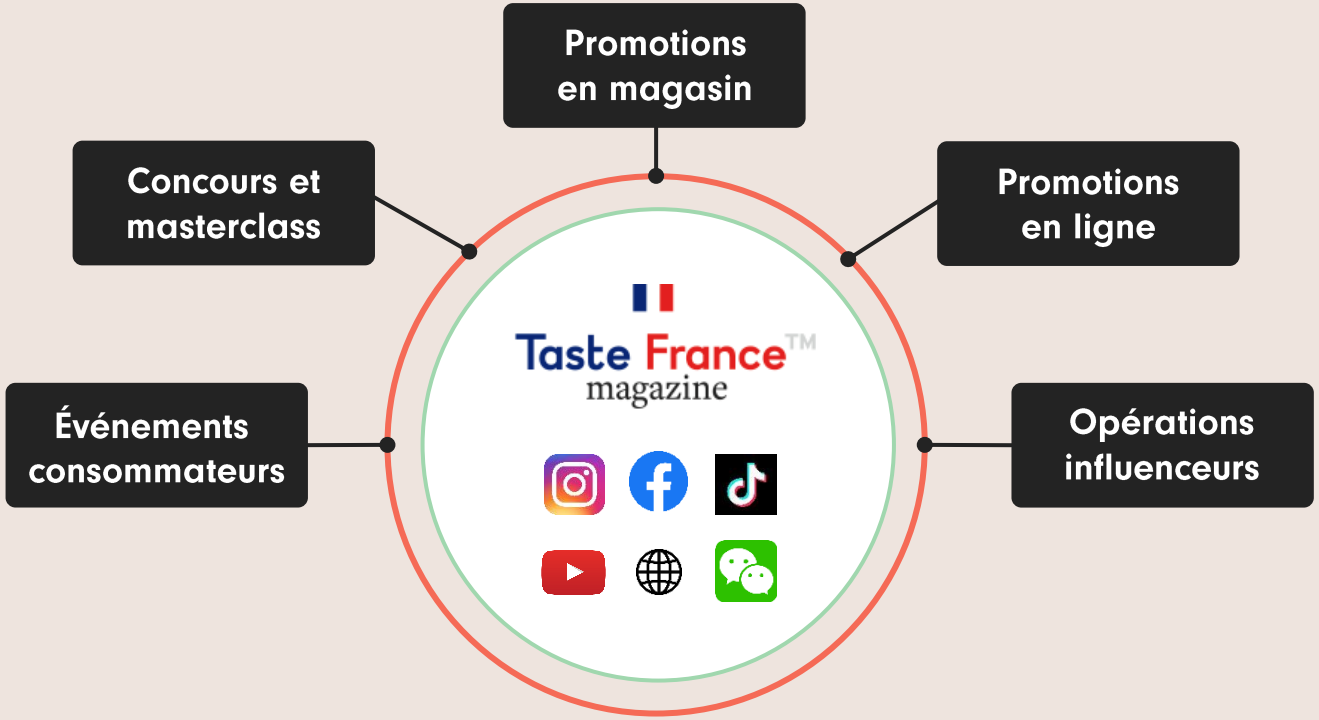
Liberté
Égalité
Fraternité

HOPSCOTCH ▪ SEASON

Siège



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

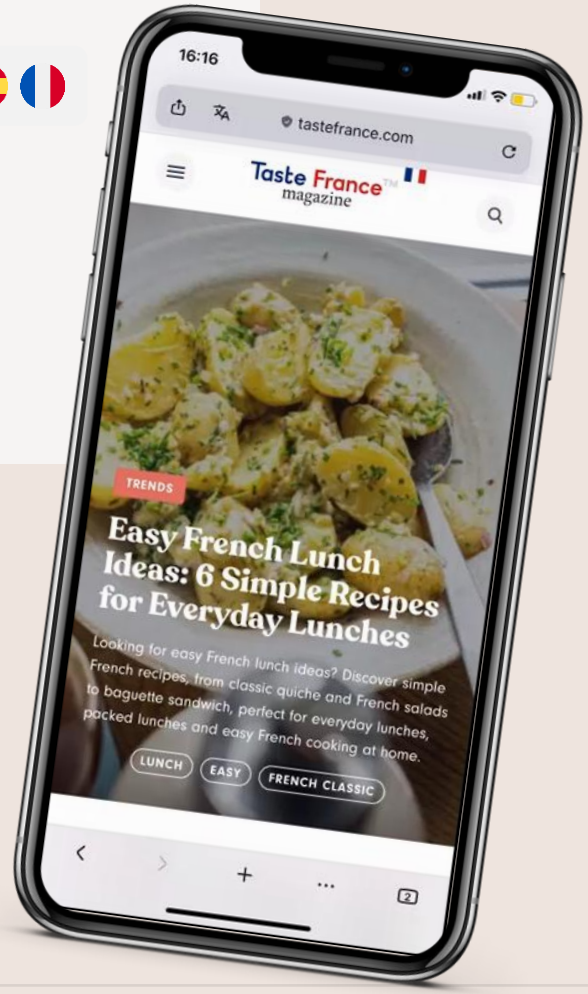
STRATÉGIES GRAND PRIX DE LA COMMUNICATION ÉDITORIALE 2021 OR

Taste France™ magazine

LE SITE TASTEFRANCE.COM

6,500,000+
pages vues par an

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



LES RÉSEAUX SOCIAUX

450,000+
abonnés

Une **communauté qualifiée** de foodies francophiles



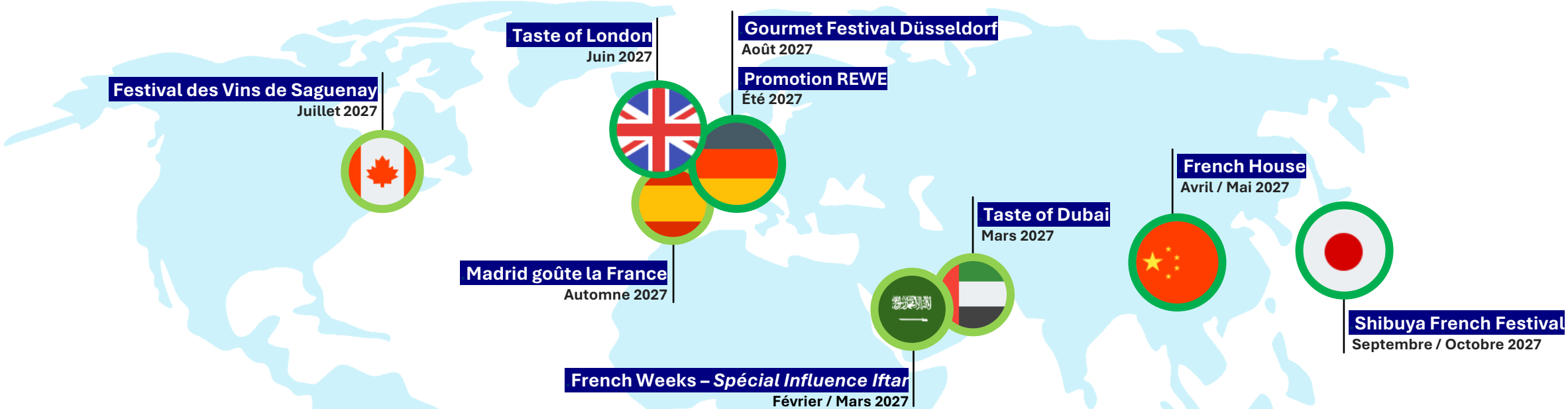
Données 2023 / 2024

✓ Participer à la campagne Taste France, c'est...

- Être accompagné pour **pénétrer de nouveaux marchés**
- Être présent sur des festivals consommateurs et **actions d'envergure à forte visibilité**
- Profiter de l'image positive associée à la marque France apportant **notoriété et crédibilité**

Détail du programme d'actions B2C 2027

Programmation principale B2C 2027



Mise en place des actions sur les **marchés prioritaires** définis lors du dernier COPIL :

- **Priorité 1 :** Allemagne | Chine | Japon | Royaume-Uni
- **Priorité 2 :** Canada | Espagne | Moyen-Orient *(Arabie Saoudite + Émirats Arabes Unis)*

Gourmet Festival

4e édition

Évènement consommateur | Août 2027 | Düsseldorf | CSP+, 25-65 ans

Taste France de retour au cœur du plus grand festival foodie 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, rendre plus accessible les produits français auprès de cette cible, encourager l'acte d'achat

⚙ Mécanique et animations

- Un espace de +60m2 au cœur du festival pendant 3 jours incluant :
  - Un espace food dédié aux produits de nos partenaires
  - Un bar à vin et autres boissons
  - Un espace musical avec un DJ
- Des partenariats avec des cavistes et commerçants locaux qui proposent les produits des partenaires dans leurs points de vente en parallèle du festival.
- Amplification du dispositif via une large campagne de communication sur Taste France Magazine et une campagne d'influence avec la Taste France Family.

100 000+ visiteurs	**20 000+** produits distribués	**+ de 60** contenus créés	**765 000+** contacts touchés







Budget total estimé *dont dotation*	**190 000 €** 120 000 €
Cofinancement cible	**70 000 €** *(37%)*
Package 1	7 500 €
Package 2	15 000 €
Package 3	20 000 €

Taste France x Rewe

5e édition

Promotion en ligne

Eté 2027

National

CSP+, 28-55 ans (focus millenials)

Une activation 100% digitale avec une enseigne leader en Allemagne

Renouvellement de l'activation e-commerce avec l'enseigne GMS Rewe - N°2 en Allemagne - sur ses différentes plateformes pour en faire un véritable rendez-vous annuel. Visibilité maximale pour les marques via des recettes mettant en avant les produits français de la promotion. Les synergies avec Taste France Magazine 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 vaste opération de communication multi-canaux.

⚙ Mécanique et animations

- 4 semaines de promotions en ligne pour les marques partenaires complétées par :
  - Développement de recettes et de contenus dédiés aux produits françaiss mis en avant.
  - Mise en place d'un jeu-concours avec communication dédiée sur les plateformes digitales.
  - Création de différents assets digitaux via les canaux Rewe (site web, newsletter, posts & ads sur les réseaux sociaux, flyer dans les livraisons à domicile).
- Nouveauté 2027 : Campagne brand display sur le site avec achats en direct des produits en ligne pour un push plus impactant des ventes.
- Synergies avec Taste France Magazine, avec intégration des contenus.

Kampagnenbestandteile



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

*en moyenne, différences selon le produit

Budget total estimé	**145 000 €**
dont dotation	90 000 €
Cofinancement cible *via le retailer REWE*	**55 000 €** *(38%)*

Taste of London

7e édition

Évènement consommateur | Juin 2027 | Regent's Park, Londres | CSP+, 25-50 ans

Taste France de retour au cœur du plus grand festival consommateurs 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
  - Des espaces bars avec vente et dégustation des produits de nos partenaires
  - Des espaces éducatifs avec animations : échantillonnage, wine talks avec éducateurs vins.
  - 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	70	7 000
visiteurs	visiteurs sur stand	animations	produits distribués







Budget total estimé *dont dotation*	**380 000 €** 230 000 €
Cofinancement cible	**150 000 €** *(39%)*
Package 1	40 000 €
Package 2	25 000 €
Package 3	15 000 €

Madrid goûte la France

1ère édition

Promotion en magasin | A définir | Madrid | CSP + 20-60 ans

Faire découvrir les produits français aux madrilènes, des points de vente à l'assiette

À travers 3 dispositifs complémentaires, Taste France investit des lieux de consommation à fort trafic : le marché de Chamartín, trois centres commerciaux accueillant Carrefour et une sélection de 10 restaurants madrilènes avec des recettes exclusives. L'opération combine dégustation, visibilité, expérience et prescription pour créer un contact direct avec les produits français et encourager leur découverte.

🎯 Objectifs

Faire découvrir et déguster les produits français aux consommateurs gourmets madrilènes afin de stimuler la préférence et l'achat au quotidien.

⚙ Mécanique et animations

3 activations complémentaires pour couvrir différents moments de consommation :

- **1. Marché de Chamartín** – Pop-up de 6 jours avec dégustations, jeux interactifs, collecte de contacts, dotations et tombolas. Mise en avant de produits français dans les commerces partenaires du marché.
- **2. Centres commerciaux** – Pop-ups installés pendant 3 jours à l'entrée de 3 supermarchés Carrefour avec dégustations de produits français et informations pédagogiques auprès des consommateurs.
- **3. Route Gastronomique** – Pendant un mois, 10 restaurants proposent une création exclusive (tapa ou plat) autour des produits français, avec un dispositif de communication (affiches, menu, panier de produits). Lancement avec un déjeuner réunissant journalistes et KOLs pour amplifier l'opération.

+ Amplification et synergies avec le site internet / compte Instagram Taste France Magazine en espagnol.

200 000+
contacts touchés

4
pop-ups en points de ventes

10
restaurants partenaires













Budget total estimé *dont dotation*	**62 000 €** 40 000 €
Cofinancement cible	**22 000 €** *(35%)*
Packages	*à définir*

French House

7e édition

Évènement consommateur | Avril / mai 2027 | A définir | Millenials et familles

Un voyage immersif à la découverte des produits et de l'art de vivre à la française

Forte de l'élan de l'édition 2026, la French House 2027 reprendra et amplifiera les ingrédients clés de son succès, au service de la mise en valeur de la gastronomie et de l'art de vivre à la française. Le temps d'un week-end, son emblématique marché sera reconduit, de même que les ateliers découverte destinés à la presse et aux KOLs, ainsi qu'un ensemble d'animations interactives.

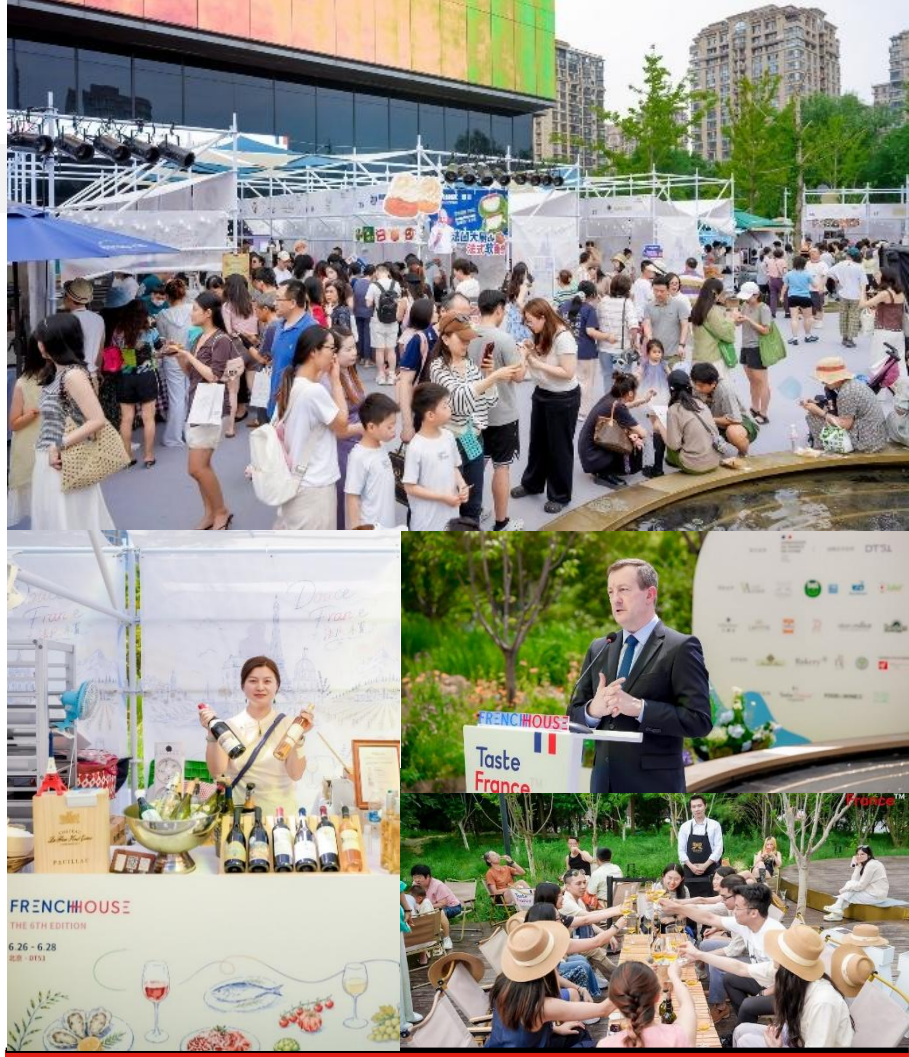
🎯 Objectifs

- Grâce à une expérience immersive et sensorielle, faire découvrir la diversité et richesse des produits français.
- Créer un pont entre la découverte et la consommation, en encourageant concrètement l'achat

⚙ Mécanique et animations

- Collaboration avec un lieu d'accueil (type centre commercial) pour une mise en valeur optimale de l'événement, avec la création d'un concept proposant une scénographie immersive et des expériences :
  - Un marché avec des stands pour faire déguster les produits français et les vendre.
  - Des animations interactives pour engager le public de manière dynamique.
  - Des ateliers thématiques visant à offrir une dimension éducative à un public qualifié.
- Comme en 2026, un volet courant d'affaires avec un partenaire local pour lier notoriété et conversion.
- Amplification via la mise en place de partenariats médias pour maximiser la visibilité, appui sur l'écosystème chinois de TFM et, dans la mesure du possible, le soutien d'un parrain ou d'une marraine chinoise reconnue.

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



Budget total estimé *dont dotation*	**203 000 €** 133 000 €
Cofinancement cible	**70 000 €** *(34%)*
Package 1	10 000 €
Package 2	5 000 €
Package 3	3 000 €

Shibuya French Festival

7e édition

Évènement consommateur | Sept/Oct 2027 | 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 française 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 + un nouvel espace dédié à Taste France Magazine, avec la présence de chefs proposant des menus exclusifs, adaptés aux attentes des consommateurs locaux
- Volet retail, porté notamment par une *restaurant week* dans les établissements du quartier
- 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

100 000 000+ impressions





Budget total estimé *dont dotation*	**370 000 €** 240 000 €
Cofinancement cible	**130 000 €** *(35%)*
Package 1	20 000 €
Package 2	10 000 €
Package 3	5 000 €

Taste of Dubai

4 e édition

Évènement consommateur

Mars 2027

Dubai

CSP+, 23-50 ans

Taste France au cœur du plus grand festival *foodie* des Émirats Arabes Unis

Fort du succès des précédentes éditions, retour du stand Taste France sur Taste of Dubai, un des événements foodies le plus attendu de l'année aux Émirats. Avec une scénographie tournée autour d'un « Petit Paris » et d'une ambiance de café / brasserie à la française, un vaste espace de 90m2 permettant une mise en avant de la gastronomie et des produits français au travers de dégustations et d'activités engageantes.

🎯 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 au travers d'expériences conviviales.

⚙ Mécanique et animations

Un espace Taste France de 90m2 au cœur du festival avec un aménagement convivial, façon brasserie / café à la française, permettant la mise en place de nombreuses activités :

- Un espace masterclass permettant l'organisation de démonstrations culinaires avec des chefs et ateliers produits avec des experts (eg. mixologie)
- Des stands par marque permettant la présentation, dégustation et vente de produits
- Des zones d'animations type photobooth et musique

27 000+
visiteurs

12 000+
visiteurs sur stand

16 000+
dégustations







Budget total estimé *dont dotation*	**140 000 €** 95 000 €
Cofinancement cible	**45 000€** *(32%)*
Package 1	5 000€
Package 2	7 000€

French Weeks Spécial Influence Iftar

5e édition

Promotion en magasin
Évènement prescripteurs

Février / Mars 2027 | Dammam, Jeddah et Riyadh | Consommateurs/Prescripteurs









Accroître la visibilité et désirabilité des produits français pendant la période du Ramadan

Cette édition spéciale des French Weeks, complète la mécanique des promotions en magasin (menées depuis 4 ans avec différents distributeurs locaux) avec un dîner à destination d'influenceurs et prescripteurs locaux à l'occasion de l'iftar du Ramadan, permettant ainsi de combiner conversion et notoriété et assurer une présence forte des produits français lors de ce moment de consommation important dans la région.

🎯 Objectifs

Accroître la visibilité et la désirabilité des marques françaises pendant la période du Ramadan, avec un volet courant d'affaires pour générer du trafic et des ventes en magasin, ainsi que sur un volet influenceurs pour créer de la notoriété et du contenu engageant autour des produits français et inspirer les consommateurs locaux.

⚙ Mécanique et animations

- **Promotion en magasin** en partenariat avec un acteur majeur de la grande distribution en Arabie Saoudite avec 70 sessions d'activation dans 6-8 enseignes à Dammam, Jeddah et Riyadh. Mise en place d'un concept de « French Market » inspiré de l'univers de l'épicerie à la française permettant dégustations et ventes.
- **Dîner d'iftar** *(repas pris pour rompre le jeûne quotidien du Ramadan)* avec 15-20 influenceurs invités pour une expérience culinaire autour des produits français animée par un chef et placée sous le signe du partage et de la convivialité, permettant la création de contenus digitaux et faisant le lien avec l'action en magasin.

70	**15 000+**	**340 000+**
jours d'activations	**produits dégustés**	**contacts touchés**

Budget total estimé *dont dotation*	**111 000 €** 71 000 €
Cofinancement cible	**40 000€** *(36%)*
Package 1	5 500€
Package 2	7 500€

Festival des vins de Saguenay

1ère édition

Évènement consommateur

8 au 10 juillet

Saguenay, QC

30-50 ans

Taste France prend place au Saguenay !

Avec plus de 50 000 participants, le Festival des Vins de Saguenay à Chicoutimi est le plus grand rassemblement viticole extérieur au Canada. En 2027, Taste France marquera les esprits en devenant partenaire officiel exclusif de cette édition anniversaire des 20 ans du festival. Une prise de parole d'envergure qui placera la France au cœur de l'expérience, avec une présence forte, festive et hautement visible.

🎯 Objectifs

Faire la démonstration de la diversité de l'offre française auprès des consommateurs québécois grâce à un espace de dégustation attractif et des animations ludiques et éducatives.

⚙ Mécanique et animations

- Dispositif de grande ampleur avec deux conteneurs aux couleurs de Taste France, soit 6 comptoirs de dégustation (1 par cofinanceur) et une terrasse.
- Mise en place d'activités et animations pour les visiteurs, avec des masterclasses et dégustations guidées.
- Visibilité renforcée pour les vins français grâce au statut exclusif de partenaire « région officielle » avec :
  - Intégration de Taste France dans l'identité du festival et visibilité sur l'ensemble des pièces de communication : affiches officielles, site web, signalétique, vêtement staff, etc.
  - Intégration au plan média et RP incluant opportunités d'interview radio en direct et placement de produit dans les canaux du porte-parole (Philippe Lapeyrie)

50 000+	8 000+	500 000+	5+
visiteurs	verres servis	impressions	masterclasses





Budget total estimé *dont dotation*	**155 000 €** 100 000 €
Cofinancement cible	**55 000 €** *(35%)*
Package unique	15 000€

Digital & Influence

Taste France Magazine
Taste France Family

Offre éditoriale et influence 2027

Taste France™ magazine

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



Des reportages terrain mettant à l'honneur le terroir et savoir-faire français grâce à des portraits de producteurs

Huîtres françaises
Piment d'Espelette
Pêches françaises

à partir de
4 000€



Des vidéos pédagogiques et ludiques avec un format décryptage décliné en capsules et incarné par un expert

Fruits et légumes d'hiver
Pâtisserie
Charcuterie

à partir de
3 000€



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

Fiche recette Galette Complète
Fiche recette Salade chèvre chaud
Vidéo Apéro Coupe du Monde

à partir de
800€



Articles généralistes, en lien avec l'actualité et les tendances foodies et contenus « snack » adaptés aux usages des réseaux sociaux

Étiquettes de vin
Tapas à la française

à partir de
600€



Des contenus engageants portés par notre réseau qualifié d'influenceurs-ambassadeurs sur les marchés prioritaires

Live « Retour de Marché » F&L
Recette (Allemagne)
Focus Produits français

à partir de
1 500€

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

450 000+ abonnés, **25 000 000+** contacts touchés, **15 000 000+** vues vidéos par an
5 500 000+ pages vues sur TasteFrance.com chaque année

TasteFrance.com newsletter



Taste France™

CAMPAGNE B2C

HOP SCO TCH



Yann Guislain

Directeur comptes stratégiques

+33 7 69 31 26 11

yguislain@hopscotch.one



Clément Lifermann

Coordination campagne Taste France B2C

clifermann@hopscotch.one