



NEW !

APAS Sao Paulo - BRÉSIL

Du 15 au 18 Mai 2023

APAS SHOW

APAS SHOW est le plus grand salon distributeur d'alimentation et de boissons des Amériques. C'est le rendez-vous majeur de la grande distribution du Brésil et de l'Amérique Latine, organisé par l'association des super et hypermarchés de l'état de Sao Paulo. Le salon réunit les plus grandes entreprises et les plus importants « players » du secteur.

Cette manifestation est destinée aux entreprises souhaitant se lancer ou se développer dans la région, multiplier les contacts avec les professionnels locaux, faire la promotion de leurs produits et savoir-faire auprès d'un public friand de nouvelles opportunités d'affaires

**REJOIGNEZ L'ESPACE
NOUVELLE-AQUITAINE**

Date limite d'inscription :

Vendredi 17 Février 2023

Contact :

Marie Françoise Goulinat

mf.goulinat@aana.fr

Le Marché Brésilien

Géant démographique et économique, avec plus de 212 millions d'habitants et une superficie faisant 15 fois la France, le Brésil sera le 5^{ème} marché mondial d'ici 2050, selon une étude récente PwC (PricewaterhouseCoopers, un réseau d'entreprises d'audit et de conseil).

Le marché brésilien des vins, spiritueux, bières et cidres :

Le marché brésilien

- Le pays témoigne d'une **forte augmentation de consommation** de vins, ayant doublé lors de la dernière décennie et de l'émergence d'une nouvelle clientèle, plus jeune et curieuse.
- Le **prix** est le **facteur principal dans la décision d'achat**. Ce sont les vins ayant de bon rapport qualité/ prix qui sont le plus recherché.
- Le marché des spiritueux est prometteur, il représente officiellement une **consommation annuelle** de près de **700 M L**.
- La **mixologie**, les **white spirits**, les **alcools vieillis** et les **bitters** sont à la **mode**. Le gin par exemple a doublé son volume de vente au Brésil depuis 2017.

Les vins, spiritueux, bières et cidres français en 2021

- En 2021 la France est **parmi les principaux fournisseurs de vins** au Brésil, bien que ses vins soient en moyenne plus chers que ceux de ses pays voisins.
- **4^{ème} fournisseur de vins au Brésil, en valeur** (38,7M euros) et **6^{ème} en volume** (7,3M L) derrière le Chili, l'Argentine, le Portugal, l'Italie et l'Espagne).
- La France se positionne sur **trois axes** principaux :
 - 1) **Vins premium et champagnes** (demande à la hausse, clientèle de connaisseurs, importateurs traditionnels).
 - 2) **Vins plus accessibles pour une consommation au quotidien** (démocratisation de la consommation et émergence d'une nouvelle clientèle de jeunes consommateurs).
 - 3) **Spiritueux pour les cocktails** (émergence de la mixologie et clientèle jeune et aisée).

Les opportunités de l'offre française

- La France **bénéficie du nouveau positionnement de la GMS et du E-commerce** qui sont autorisés à importer en direct. Outre les vins premium et champagnes, déjà bien positionnés sur le marché auprès des importateurs traditionnels, **des vins et mousseux plus abordables sont fortement recherchés** (Vin de France, IGP, Crémants MDD etc..).
- **Les spiritueux ont la cote** grâce à l'essor de la mixologie et l'entrée de 3 établissements brésiliens dans le Top 50 des meilleurs bars au monde. **Les professionnels sont à la recherche permanente de nouveautés** et de nouvelles saveurs pour leurs créations. Les consommateurs sont très ouverts et curieux.



Le marché brésilien des produits agroalimentaires et de la distribution :

Le marché alimentaire/ distribution brésilien	Les produits alimentaires français en 2021	Les opportunités de l'offre française
• La grande distribution alimentaire est bien établie au Brésil avec notamment la présence de grands groupes étrangers (Carrefour, Casino, Dia, Cencosud, Oxxo). • Le modèle brésilien de distribution hard-discount « Atacadão », se développe rapidement, tiré par les classes sociales C, D et E (jusqu'à 7880 BRL de salaire mensuel). • Commander ses courses en ligne est devenu fréquent, notamment sur Shopper.com.br, le plus grand supermarché 100% en ligne avec son modèle d'achat programmé. • Le pays vit une phase de « gourmétisation », avec des gammes de produits plus travaillées.	• La France est le 12^{ème} fournisseur du Brésil (5^{ème} Européen). Ses exportations n'ont cessé de croître ces dernières années (181 M EUR, + 24 % /2016. Sa croissance a été très dynamique en 2021 (+12 %). • La France jouit de sa bonne réputation et est déjà présente, notamment grâce à différentes marques telles que St. Michel, Jacquet Brossard, Casino, Bridor, Lesaffre, Norac, Danone, Soufflet, Clovis (moutardes), Bagatelle (farines) etc.	• La gastronomie française se caractérise par sa grande diversité, ses arômes, ses saveurs et son savoir-faire, très réputé et recherché au Brésil. • Toute la gamme de produits français suscite l'intérêt des Brésiliens (farines, beurres, levures ou des produits finis : viennoiseries, pâtisseries, brioches, madeleines, etc.). Les produits français sont généralement considérés comme haut de gamme. • Le chiffre d'affaires du secteur BVP (boulangerie/ viennoiserie/ pâtisserie) est d'environ 1,7 Md EUR, avec une croissance de 18,4% entre 2020 et 2021. • La France bénéficie du nouveau positionnement de la GMS et du E-commerce qui sont autorisés à importer en direct.

L'Edition 2022

L'édition 2022 :

- 36^{ème} édition du salon
- 111 571 visiteurs en 4 jours
- 819 exposants dont 185 internationaux, de 14 pays différents

Le Pavillon France 2022 :

- 6^{ème} édition
- 135 m² dans un espace noble à l'entrée du salon
- 17 entreprises exposantes
- Prix POPAI du meilleur Stand International (85 sur 100 points; délivré par l'Association Brésilienne de Marketing dans le Commerce de Détail)

[Le salon APAS avec Business France en 2022 - YouTube](#)



L'espace Nouvelle-Aquitaine sur le Pavillon France

Exposez sur l'espace Nouvelle-Aquitaine sous une même bannière pour accroître votre visibilité et profiter d'une offre des services suivants :

- **Stand Clé en main** : avec la signalétique France et Nouvelle-Aquitaine, (un service de verres pour les V&S),
- **Catalogue et E-vitrine** : réalisation d'un catalogue bilingue brésilien/anglais et accès gratuit aux E-vitrines Taste France pour mettre en relation les entreprises françaises et les professionnels locaux,
- **Communication et invitations d'acheteurs** : campagne de promotion auprès des acheteurs locaux autour de l'évènement et de vos produits
- **Informations marchés** : envoi en amont du salon des synthèses réglementaires (Produits Alimentaires ou Boissons alcoolisées) ainsi qu'un Guide des Affaires,
- **Logistique et Conseil** en amont et pendant le salon

Nos propositions de stands AANA

1_ STAND INDIVIDUEL 6 m² avec accès réserve – Produits alimentaires ou Vins, Spiritueux, Bières et Cidres

Signalétique entreprise, 1 comptoir vitrine, 2 tabourets hauts, 1 table mange debout, 1 corbeille à papier, Accès à la réserve.

5 400 € HT / 6 480 € TTC

2_ STAND INDIVIDUEL 12m² avec accès réserve – Produits alimentaires ou Vins, Spiritueux, Bières et Cidres

Signalétique entreprise, 1 comptoir vitrine, 5 tabourets hauts, 1 table mange debout, 1 corbeille à papier, Accès à la réserve.

7 600 € HT / 9 120 € TTC

Les CGV de l'AANA sont accessibles via le lien suivant :

<http://www.produits-de-nouvelle-aquitaine.fr/uploads/2021/07/CGV-AANA.pdf>

Renseignements et Inscriptions

DATE LIMITE D'INSCRIPTION : Vendredi 17 Février 2023

Attention : Les m² seront attribués par ordre d'arrivée des dossiers complets et dans la limite des m² disponibles sur le pavillon France de Business France.

Une fois le pavillon rempli, nous ne pourrons pas garantir l'obtention d'un stand !

Ne tardez pas trop à nous retourner votre inscription.

Contact : Marie Françoise Goulinat // ☎ 05 56 01 33 21 // E-mail mf.goulinat@aana.fr