

## «France Bon Appétit» tient sa 3<sup>e</sup> édition

● La troisième édition de la campagne «France Bon Appétit» a démarré vendredi dernier. L'événement vise à promouvoir la commercialisation des produits agroalimentaires français au Maroc.

Benhassain. «Étant producteur et distributeur de marques 100% marocaines, nous avons voulu étoffer notre gamme avec des produits français nouveaux et uniques, répondant à l'enjeu central que représente l'ali-

mentation dans notre société et à une forte demande des consommateurs marocains", a-t-il précisé.

PAR **HICHAM AIT ALMOUH**  
h.almouh@leseco.ma



Vendredi dernier, la 3<sup>e</sup> édition de la campagne «France Bon Appétit», visant à promouvoir les produits agroalimentaires «made in France», a été lancée à Rabat. Organisée par le ministère français de l'Agriculture et de l'Alimentation, cette opération durera jusqu'au 31 décembre dans les magasins de plusieurs grandes surfaces de 7 villes au Maroc, dont Casablanca. Selon la responsable du service économique à l'ambassade de France au Maroc, Marie-Cécile Tardieu, «l'opération France Bon Appétit constitue une opportunité de renforcer le développement des entreprises agroalimentaires françaises au Maroc, à même de sensibiliser et d'initier le grand public marocain à de nouvelles tendances et à de nouveaux goûts». Partenaire du ministère français de l'Agriculture et de l'Alimentation dans l'organisation de cet événement, l'agence Sopexa Africa a mis en avant l'adhésion de plusieurs parties prenantes du secteur agroalimentaire français et de la grande distribution marocaine. «Nous avons obtenu l'engouement du grand public marocain avec la multiplication du nombre de magasins participants et l'apport de plus de nouveaux produits. Cette opération possède un caractère unique et elle est la seule opération «pays» qui s'adresse directement aux consommateurs dans leurs enseignes préférées», a déclaré Hassan Sefrioui, directeur Général de Sopex Africa. Au total, 12 marques sont représentées dans cet événement, avec comme objectif, faire découvrir 126 produits français non-commercialisés sur le territoire national. Ils devront bénéficier de la bonne réputation des produits agroalimentaires français distribués au Maroc, un avis partagé par le directeur général adjoint de la société de fabrication et distribution VCR-SODALMU, Jamil