

Le «made in France» dans vos supermarchés

- La quatrième édition du programme «France Bon Appétit» jusqu'au 31 décembre
- Plus de 40 produits phares de l'hexagone jamais commercialisés
- 14 magasins Carrefour et Marjane visés par l'opération

PERMETTRE aux fins gourmets mais aussi aux novices de la gastronomie d'essayer des mets français encore jamais exportés sous nos latitudes. C'est le concept particulièrement original de la quatrième édition de «France Bon Appétit». Une opération ambitieuse organisée par Sopexa Africa et le ministère français de l'Agriculture qui mettra en vente durant plus d'un mois plusieurs dizaines de produits du terroir estampillés «made in France». L'occasion d'initier le consommateur marocain à des saveurs sensiblement différentes de ses habitudes culinaires tout en introduisant par la même occasion de nouvelles marques européennes sur le marché.

L'opération commercialisera ainsi jusqu'à fin décembre plus d'une quarantaine de produits du terroir traditionnels français, représentés par près de neuf



L'initiative «France Bon Appétit» revient pour sa quatrième édition jusqu'au 31 décembre prochain, pour le plus grand plaisir de nos papilles. Une opération qui commercialisera pas moins de 40 produits français «tendance» parmi lesquels le sel de mer artisanal et l'huile de noisette. Un moyen de faire découvrir au consommateur marocain de nouvelles saveurs et d'introduire sur le marché des marques européennes encore jamais commercialisées sous nos cieux (Ph. Sopexa Africa)

marques différentes. Le public pourra ainsi goûter les biscuits traditionnels de «La Mère Poulard», dont la recette est tenue secrète depuis 1888. Il pourra aussi se laisser tenter par les vinaigres «Clervis» à la pulpe de fruit, les produits laitiers naturels et sans colorant «Paysan Breton» ou encore les champignons sau-

vages de la famille «Borde». Les végétariens et les amateurs de bio ne seront pas non plus en reste.

L'initiative prévoit en effet de leur faire découvrir la gamme apéro de Bistro Emile, des petits fours salés particulièrement raffinés confectionnés de l'autre côté de la Méditerranée, ou encore les

huiles de noix et de noisette («La Tourangelle»). Des produits témoignant d'un véritable héritage culinaire et représentatifs des dernières tendances de l'agroalimentaire, dont les Marocains sont de plus en plus friands. «De nouvelles tendances de consommation apparaissent. Les Marocains sont de plus en plus attirés par des produits authentiques, réalisés grâce à la transmission d'un savoir-faire ancestral et dont la qualité et le goût rappellent le «comme avant»», explique Hassan Sefrioui, directeur de Sopexa Africa.

L'initiative, des plus originales, couvrira pas moins de 14 magasins Carrefour et Marjane de grandes villes du pays dont notamment Casablanca, Rabat ou encore Marrakech. Chaque grande surface participante valorisera les produits exposés via des présentoirs arborant les couleurs bleu, blanc et rouge et affichant le slogan «Made in France, Made with love». Un moyen de les différencier des productions nationales. Il sera également possible pour le public de se délecter sur place de ces délicieux mets. Objectif : fidéliser le chaland et le familiariser à ces goûts pour le moins inhabituels. «France Bon Appétit est aussi un moment d'échange avec les clients. Chaque week-end, les intéressés pourront déguster les produits et des hôtesse leur livreront de précieux conseils de cuisine et idées recettes» confie Sefrioui. □