

LA TUNISIE AU SIAL PARIS 2026

Une offre agroalimentaire diversifiée, un dispositif collectif piloté par le Centre de Promotion des Exportations – le CEPEX – et de nouvelles perspectives à l’export

Terre de saveurs, d’innovation et d’opportunités



SALON / Lieu / Date	SIAL Paris 2026 – Paris Nord Villepinte, France 17-21 octobre 2026
Organisation de la participation	Centre de Promotion des Exportations – CEPEX
Cheffe de fil / Direction Centrale de la Promotion	Mme Sélima HACHICH Directrice Centrale de la Promotion : shachich@tunisiaexport.tn
Directeur du pavillon	M. Sami HASSEN Directeur Centrale/ Direction Centrale des Etudes et Approche des Marchés : shassen@tunisiaexport.tn
Coordination des relations Presse sur le Salon	Mme Najoua RIFFI GHARBI Directrice /Direction communication et marketing : nrifi@tunisiaexport.tn

Service Relations Publiques	Mme Imen HADDAD - PR - chargée des relations publiques au CEPEX : lhaddad@tunisiaexport.tn
------------------------------------	---

Sommaire

- 1. L’essentiel à retenir 4
- 2. Les messages clés 5
 - Message 1 — Une offre diversifiée 5
 - Message 2 — Un salon pour faire des affaires 5
 - Message 3 — Davantage de valeur ajoutée 5
 - Message 4 — Un dispositif collectif piloté par le CEPEX 6
 - Message 5 — Le terroir tunisien à l’international 6
- 3. La participation tunisienne au SIAL Paris 2026 7
 - Un programme national de promotion à l’étranger 7
 - Objectifs de la participation nationale 7
 - Comment la participation est organisée 7
 - Une image d’origine en trois dimensions 7
- 4. Le SIALParis : un rendez-vous professionnel international 8
 - SIAL Paris : un salon en croissance 8
 - Ce que le salon apporte aux entreprises tunisiennes 8
- 5. Le dispositif tunisien : espaces et entreprises 9
 - Hall 3 : la vitrine multisectorielle 9
 - Hall 8 : dattes et fruits 9
 - L’espace institutionnel au niveau des Hall 3 – 8 10
 - Plan du pavillon : Hall 3 11
 - Plan du pavillon : Hall 8 12
- 6. Les filières agroalimentaires tunisiennes à l’honneur 13
 - Couscous, pâtes alimentaires et produits céréaliers 14
 - Conserves et préparations alimentaires 14
 - Produits de la mer 14
 - Fruits 14
 - Produits du terroir, confiserie et spécialités 14
- 7. Huile d’olive et dattes : deux filières phares 15
 - Le contexte économique 15
 - Huile d’olive : la filière locomotive 16
 - Dattes : un produit d’identité, une matière première d’innovation 16
- 8. Qualité, innovation, conditionnement et valeur ajoutée 17
 - Des atouts en phase avec les tendances du marché 17
- 9. Les produits du terroir et l’espace Newcomers 18
 - Le principe 18
 - L’accompagnement 18
- 10. Le rôle du CEPEX et ses partenaires institutionnels 19
- 11. Les animations et les rencontres professionnelles 20

12. Les objectifs commerciaux 21

13. Le CEPEX : mission, valeurs et vision 22

14. Informations pratiques pour les médias 23

Annexe A — Liste des entreprises participantes avec le CEPEX 24

Annexe B — Chiffres clés et sources 28

Annexe C — Programme de la participation nationale 29

 1. Inauguration et temps forts thématiques 29

 2. Cooking Show, Hall 3 29

 3. Cooking Show, Hall 8 30

Annexe D — Fiche contact presse 31

1. L’essentiel à retenir

Du 17 au 21 octobre 2026, la Tunisie participe au SIAL Paris, l’un des grands rendez-vous internationaux de l’industrie agroalimentaire, dans le cadre du Programme national des manifestations commerciales à l’étranger. Pilotée par le Centre de Promotion des Exportations (CEPEX), cette présence collective s’organise sur deux espaces d’exposition, aux halls 3 et 8, avec cinq structures sectorielles partenaires et un espace inédit, **Newcomers**, consacré à quatre entreprises du terroir.

L’enjeu dépasse la présentation de produits : il s’agit de rapprocher l’offre tunisienne des acheteurs, importateurs, distributeurs et centrales d’achat, d’ouvrir de nouveaux débouchés et d’encourager la montée en valeur de l’offre.

17–21 oct. 2026, Paris Nord Villepinte	2 espaces d’exposition : Hall 3 et Hall 8	5 structures sectorielles partenaires du CEPEX
4 entreprises du terroir dans l’espace Newcomers	71 entreprises tunisiennes : 61 en dispositif collectif, 10 à titre individuel	10 filières représentées

Filières représentées

Huile d’olive ; dattes et produits dérivés ; conserves et préparations alimentaires ; produits de la mer ; produits céréaliers ; pâtes et couscous ; confiserie et pâtisserie ; sauces, condiments et épices ; produits biologiques ; spécialités du terroir.

Objectifs de la participation

- Accroître la visibilité des entreprises et des produits tunisiens auprès des professionnels internationaux ;
- Développer les rencontres B2B et identifier de nouveaux acheteurs, marchés et débouchés ;
- Valoriser les produits à plus forte valeur ajoutée : huile d’olive conditionnée, dérivés de la datte, produits transformés, produits du terroir ;
- Renforcer la veille commerciale sur les tendances, normes, réglementations, emballages et attentes des consommateurs.

Message central

La Tunisie au SIAL Paris 2026 : une offre agroalimentaire diversifiée, un dispositif collectif piloté par le CEPEX et de nouvelles perspectives à l’export.

2. Les messages clés

Message 1 — Une offre diversifiée

La Tunisie présente au SIAL Paris 2026 une offre agroalimentaire qui va des produits emblématiques du terroir — huile d'olive, dattes, couscous, harissa — aux produits transformés destinés à la grande consommation. Cette diversité, répartie sur deux espaces d'exposition, permet de s'adresser à plusieurs segments du marché international.

- Dix filières identifiées : huile d'olive, dattes, conserves, produits de la mer, produits céréaliers, pâtes et couscous, confiserie et pâtisserie, sauces et condiments, produits biologiques, spécialités du terroir.
- Hall 3 : offre multisectorielle (huile d'olive, pâtes, conserves, harissa, thon et sardine, biscuits, jus et boissons, fromages, huiles végétales, produits de la mer, terroir).
- Hall 8 : dattes et fruits.

« Dix filières, deux espaces, une même origine : la Tunisie. »

Message 2 — Un salon pour faire des affaires

La participation tunisienne est d'abord un outil commercial. Elle met les entreprises en relation avec des acheteurs, importateurs, distributeurs et centrales d'achat, soutient la prospection de nouveaux débouchés et consolide les marchés existants. Elle permet aussi aux opérateurs de lire le marché : tendances, normes, réglementations, emballages, attentes des consommateurs.

- Rencontres B2B prévues entre entreprises tunisiennes et opérateurs internationaux.
- Un salon qui réunit, selon l'organisateur, jusqu'à 8 000 exposants et 295 000 professionnels attendus, de plus de 200 pays .
- Un accompagnement et suivi post-salon prévu, pour les entreprises de l'espace Newcomers.

« Au SIAL, la Tunisie vient chercher des acheteurs autant que présenter des produits. »

Message 3 — Davantage de valeur ajoutée

Au-delà du produit brut, la participation met en avant les marges de progression de l'offre tunisienne : conditionnement, marques, transformation, diversification des gammes. L'huile d'olive conditionnée et les dérivés de la datte illustrent ce mouvement.

- Huile d'olive : développement de marques, conditionnement, démarches qualité, gammes biologiques et premium.
- Dattes : pâtes, purées, sirops, barres, snacks et ingrédients pour l'industrie alimentaire.

« De la matière première au produit fini : la Tunisie vise la valeur ajoutée. »

Message 4 — Un dispositif collectif piloté par le CEPEX

Le CEPEX pilote la participation nationale : il coordonne le dispositif collectif, promeut l'offre tunisienne, valorise les entreprises et facilite les contacts avec les professionnels internationaux. Il agit avec cinq structures sectorielles partenaires — GICA, GIPP, PACKTEC, GIFruits et GIDattes — pour présenter une offre consolidée.

- Un pavillon national sur deux espaces, avec un espace institutionnel réunissant le CEPEX et ses partenaires.
- Des partenariats spécifiques pour Newcomers : APIA et SIPPO.
- Un programme d'animations et de rencontres coordonné pour les professionnels et les médias.

« Un pavillon, un pilote, cinq partenaires sectoriels : une offre présentée de manière coordonnée. »

Message 5 — Le terroir tunisien à l'international

L'espace Newcomers permet à quatre entreprises médaillées du Concours Tunisien des Produits du Terroir 2025 de participer pour la première fois au SIAL Paris. L'objectif est de transformer une reconnaissance nationale en visibilité commerciale internationale, avec un accompagnement avant, pendant et après le salon.

- Initiative du CEPEX avec l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) et l'appui du Swiss Import Promotion Programme (SIPPO).
- Quatre entreprises ciblées parmi les médaillées de la 5e édition du concours (2025).
- Accompagnement : préparation en amont, coaching, appui pendant le salon, suivi post-salon.

« Newcomers : de la médaille nationale à la visibilité internationale. »

3. La participation tunisienne au SIAL Paris 2026

Un programme national de promotion à l'étranger

La participation tunisienne au SIAL Paris 2026 s'inscrit dans le Programme national des manifestations commerciales à l'étranger. Elle est portée par le CEPEX et prolonge une logique constante de promotion collective : présenter au même endroit, sous une identité commune, des entreprises de plusieurs filières, afin de leur donner davantage de visibilité auprès des acheteurs.

Objectifs de la participation nationale

- **Visibilité et image d'origine** : faire connaître les entreprises et leurs produits, et renforcer le positionnement du Made in Tunisia comme origine de produits agroalimentaires de qualité.
- **Développement commercial** : multiplier les rencontres B2B, identifier de nouveaux marchés et consolider les positions existantes.
- **Intelligence de marché** : observer les tendances de consommation, les normes, les réglementations et les attentes des acheteurs pour adapter l'offre.

Comment la participation est organisée

Le dispositif repose sur un pavillon national réparti sur deux espaces — le Hall 3, multisectoriel, et le Hall 8, consacré aux dattes et aux fruits — complétés par un espace institutionnel et par l'espace Newcomers. Dix entreprises tunisiennes participent par ailleurs à titre individuel. Cinq structures sectorielles accompagnent le CEPEX sur le pavillon. Une participation ancrée dans l'écosystème et unifiant les efforts.

L'espace institutionnel réunit le CEPEX et ses partenaires sectoriels. Il est conçu comme un lieu d'information et d'échange : présenter les atouts de chaque filière, valoriser leur savoir-faire et faciliter les contacts avec les acheteurs, importateurs et distributeurs présents.

Une image d'origine en trois dimensions

Le pavillon est pensé autour de trois idées : l'**authenticité** (patrimoine gastronomique, diversité des terroirs, produits emblématiques), la **qualité** (savoir-faire des producteurs et transformateurs, capacité à répondre aux standards des marchés) et l'**innovation** (produits, concepts et solutions adaptées aux nouvelles attentes des consommateurs).



4. Le SIAL Paris : un rendez-vous professionnel international

Le SIAL Paris se tient tous les deux ans à Paris Nord Villepinte. Il couvre l'ensemble de la chaîne de valeur alimentaire, organisée autour de dix grands secteurs et réunit exposants, acheteurs, importateurs, distributeurs et décideurs du secteur.

SIAL Paris : un salon en croissance

Pour l'édition 2026, SIAL Paris annonçait en mars 2026 une projection allant jusqu'à 8 000 exposants et 295 000 professionnels, représentant plus de 200 pays, sur plus de 280 000 m² d'exposition.

Ce que le salon apporte aux entreprises tunisiennes

- **La prospection** : accéder en cinq jours à des acheteurs de nombreux marchés.
- **La visibilité des marques** : se positionner au côté des offres concurrentes et complémentaires.
- **La veille** : observer les tendances, les nouveaux produits, les exigences en matière de qualité, de traçabilité, d'emballage et de durabilité.
- **L'innovation** : le SIAL Innovation, qui célèbre ses 30 ans en 2026, offre une visibilité particulière aux nouveaux produits.

Le salon est aussi un observatoire des transformations de la consommation : naturalité, nouveaux usages, praticité, attention à l'origine et à la durabilité.

Pour les entreprises tunisiennes, le SIAL est à la fois un lieu de vente, un lieu de veille et une vitrine d'image. La participation collective permet d'y accéder dans un cadre coordonné par le CEPEX.

5. Le dispositif tunisien : espaces et entreprises

Le pavillon national s’articule autour de deux espaces d’exposition. Au total, 71 entreprises tunisiennes sont présentes : 61 dans le dispositif collectif et 10 à titre individuel.

Espace	Contenu principal	Structures présentes	sectorielles
Hall 3 —principal	Offre multisectorielle : huile d’olive, pâtes, couscous, conserves, harissa, thon et sardine, biscuits, confiserie, boissons, fromages, produits de la mer, terroir	CEPEX ,GICA, GIPP, PACKTEC	
Hall 8 — Dattes et fruits	Dattes (Deglet Nour, biologiques, dérivés) et fruits	GIDattes, GIFruits	
Espace Newcomers (Hall 3)	Quatre entreprises du terroir médaillées au concours 2025	APIA, SIPPO – Appui des New Comers	
Espace institutionnel	Information sur les filières, accueil des acheteurs, partenaires et journalistes	CEPEX et partenaires sectoriels	
Espace cooking Show	propose une cuisine tunisienne authentique, moderne et accessible	Chef :M. Mohamed ROMANI	

Hall 3 : la vitrine multisectorielle

Le Hall 3 est l’espace principal du pavillon. Il rassemble une offre très large : huile d’olive, pâtes alimentaires, couscous, conserves alimentaires, harissa, préparations à base de tomate, thon et sardine, biscuits, confiserie et pâtisserie, jus et boissons, fromages, margarine, huiles végétales, produits de la mer et produits du terroir. Il met en regard des produits de grande consommation, des spécialités traditionnelles et des références premium, ce qui permet de s’adresser à des acheteurs aux profils variés. Il accueille 41 entreprises, réparties entre les allées C et D, ainsi que trois structures sectorielles : GICA, GIPP et PACKTEC.

Hall 8 : dattes et fruits

Le Hall 8 est consacré aux dattes et aux fruits. Il met en avant deux filières agricoles emblématiques, fortement présentes sur les marchés internationaux, avec un accent sur la variété Deglet Nour, les dattes biologiques et les voies de valorisation et de transformation. Les groupements professionnels concernés, GIDattes et GIFruits, sont partenaires du pavillon. Le Hall 8 accueille 20 entreprises, réparties entre les allées C, E et F.

Répartition des 61 entreprises du dispositif collectif par filière

Filière	Nombre d’entreprises
Dattes	18
Conserves et préparations	15
Huile d’olive	12
Céréales, pâtes et couscous	5
Confiserie, biscuiterie et pâtisserie	4
Fruits et légumes frais (y compris dattes)	2
Terroir et spécialités	2
Huiles et graisses végétales	1

Produits de la mer	1
Jus et boissons	1
Total	61

L’espace institutionnel au niveau des Hall 3 - 8

Il réunit le CEPEX et les structures sectorielles partenaires. Il informe sur les atouts de chaque filière et sert de point d’accueil pour les acheteurs, partenaires et journalistes.

Espace cooking show :

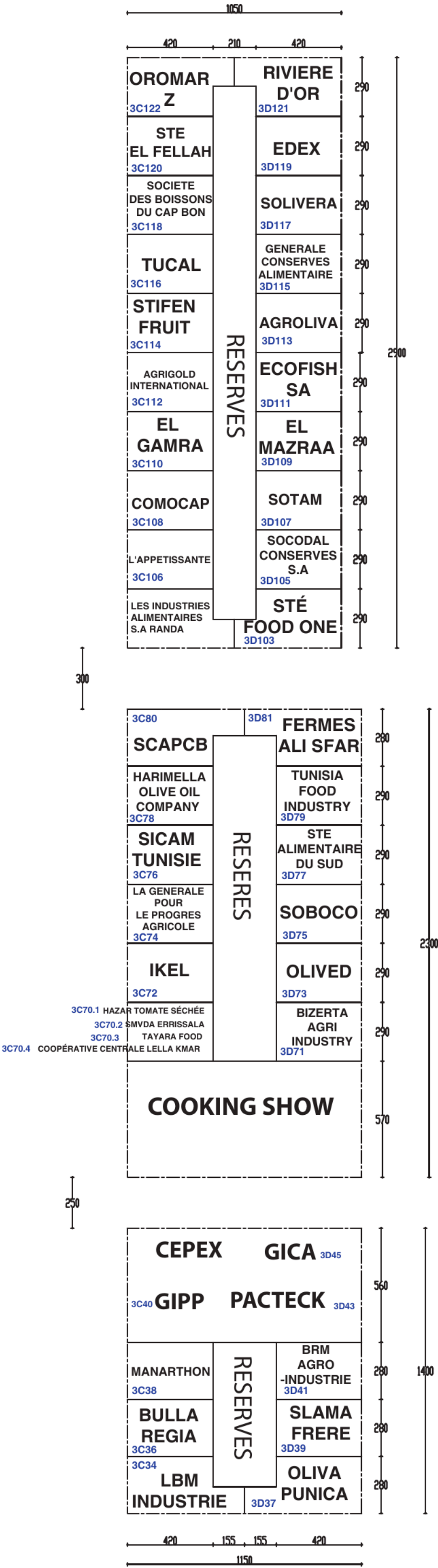
Le Cooking Show du pavillon tunisien : la cuisine au service des produits

Pendant les cinq jours du SIAL Paris 2026, le pavillon tunisien met la cuisine au cœur de sa présence. Chaque jour, deux démonstrations culinaires ont lieu dans chacun des halls 3 et 8, et les recettes préparées sont servies aux visiteurs. Elles associent des recettes tunisiennes, authentiques et modernes, aux produits présentés par les entreprises exposantes. Au Hall 3, des journées thématiques font découvrir les produits de la mer, l’huile d’olive, les céréales et pâtes, les produits du terroir, la harissa et les conserves. Le Hall 8 célèbre la datte Deglet Nour sous toutes ses formes, du salé ou sucré. Pour les visiteurs et les acheteurs, c’est une manière concrète de goûter l’offre agroalimentaire tunisienne et de voir comment ses produits s’intègrent dans une cuisine contemporaine.

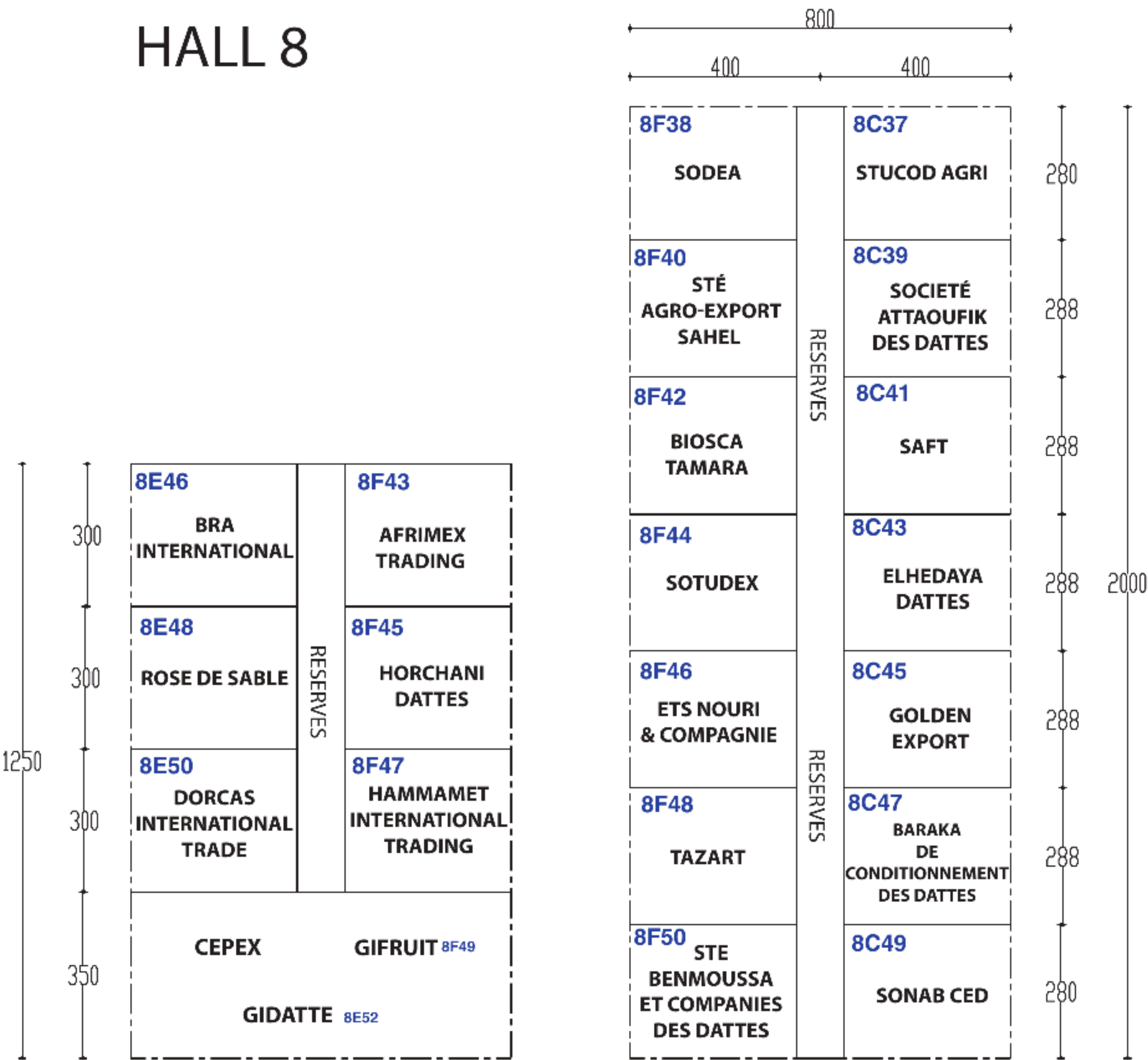
Plan du pavillon : Hall 3

HALL 3

Le numéro de stand de chaque entreprise figure sur le plan et dans la liste des exposants (annexe A).



Plan du pavillon : Hall 8



Le numéro de stand de chaque entreprise figure sur le plan et dans la liste des exposants (annexe A).

6. Les filières agroalimentaires tunisiennes à l'honneur

L'agroalimentaire occupe une place stratégique dans l'économie tunisienne : il valorise la production agricole, développe la transformation locale, crée de la valeur et des emplois, et contribue à la diversification des exportations. Le secteur s'appuie sur la diversité des productions, un savoir-faire industriel et agricole, la proximité géographique de l'Europe, une expérience de l'export et des filières structurées. Les enjeux se déplacent désormais vers la différenciation, le conditionnement, la certification, la traçabilité et les produits à plus forte valeur ajoutée.

Filière	Produits cités	Espace
Huile d'olive	Huiles traditionnelles, premium, biologiques, conditionnées	Hall 3
Dattes et fruits	Deglet Nour, dattes biologiques, pâtes, purées, sirops, snacks	Hall 8
Conserves et préparations	Tomate, harissa, préparations à base de légumes, thon, sardine	Hall 3
Produits de la mer	Pêche et aquaculture : frais, congelés, transformés	Hall 3
Céréales, pâtes, couscous	Couscous, pâtes alimentaires, produits céréaliers	Hall 3
Terroir, confiserie, spécialités	Biscuits, confiserie, pâtisserie, sauces, condiments, épices, produits du terroir	Hall 3 (Newcomers pour 4 entreprises)

L'huile d'olive, l'excellence méditerranéenne à l'international

Alliant authenticité, qualité et richesse des saveurs, l'huile d'olive tunisienne reflète un savoir-faire traditionnel d'exception. Véritable trésor méditerranéen, elle séduit les consommateurs par son goût unique et ses arômes délicats. Tournée vers l'international, elle offre de belles opportunités d'exportation et de partenariats durables. Son excellence répond aux exigences des marchés mondiaux et aux attentes des clients. Du terroir au monde entier, l'huile d'olive rayonne sans frontières !

Les dattes tunisiennes, un trésor naturel aux saveurs d'exception

Cultivées sous le soleil généreux de la Tunisie, les dattes offrent une saveur naturellement sucrée et une qualité qui fait leur renommée. Reconnues pour leur richesse gustative, notamment à travers la célèbre Deglet Nour, elles représentent un produit phare du patrimoine agricole tunisien. Leur potentiel commercial ouvre de nouvelles perspectives sur les marchés internationaux, où la demande pour des produits naturels ne cesse de croître. Grâce à leur authenticité et à leur réputation, les dattes tunisiennes constituent une véritable opportunité pour le développement des exportations. Un fruit d'exception, un héritage précieux, une ambition tournée vers le monde !

Couscous, pâtes alimentaires et produits céréaliers

Le couscous est à la fois un produit patrimonial reconnu et une catégorie à fort potentiel sur les marchés internationaux. La filière s'appuie sur un savoir-faire établi tout en élargissant son offre : nouveaux formats, nouvelles recettes, conditionnements adaptés, modernisation des procédés. Ces évolutions répondent à des attentes de praticité et de diversité selon les marchés. À Paris, la Tunisie entend montrer sa capacité de transformation des céréales et développer la présence de ces produits à l'international.

Conserves et préparations alimentaires

Tomates, préparations à base de légumes, harissa, thon et sardine composent une offre tournée à la fois vers le marché national et vers l'export. La transformation prolonge la durée de conservation, diversifie les usages et crée de la valeur ajoutée. Les entreprises développent des références adaptées à différents circuits de distribution. Le Groupement des Industries de Conserves Alimentaires – GICA est présent sur le pavillon pour valoriser cette filière.

Produits de la mer

Avec sa façade méditerranéenne, la Tunisie dispose d'un potentiel dans les produits de la pêche et de l'aquaculture, commercialisés frais, congelés ou transformés. La valorisation et la transformation ouvrent des perspectives de valeur ajoutée et de diversification des exportations. Le Groupement Interprofessionnel des Produits de la Pêche – GIPP met l'accent sur la qualité, la traçabilité et le potentiel export.

Fruits

Les fruits tunisiens sont présentés au niveau Hall 8 aux côtés des dattes, avec le soutien du Groupement Interprofessionnel des Fruits– GIFruits, qui promeut la filière et soutient sa visibilité.

Produits du terroir, confiserie et spécialités

Biscuits, confiserie, pâtisserie, sauces, condiments, épices et spécialités du terroir contribuent à différencier l'offre tunisienne par l'origine, l'histoire et le savoir-faire. Quatre entreprises du terroir bénéficient d'une visibilité spécifique dans l'espace Newcomers.

7. Huile d'olive et dattes : deux filières phares

Le contexte économique

Secteur agroalimentaire tunisien : Une dynamique d'exportation affirmée et un potentiel stratégique au cœur du SIAL Paris

Fort d'une contribution de 13,3 % aux recettes nationales d'exportation et d'une présence sur 138 marchés internationaux, le secteur agroalimentaire tunisien confirme son rôle stratégique dans l'économie nationale et son positionnement sur les marchés mondiaux. Porté par un réseau de 610 entreprises exportatrices, il dispose d'atouts compétitifs majeurs, notamment dans les filières des dattes et de l'huile d'olive, pour lesquelles la Tunisie figure parmi les principaux fournisseurs de l'Union européenne. Le secteur bénéficie également d'un potentiel d'exportation inexploité estimé à près de 894 millions de dollars.

Une présence stratégique sur la scène agroalimentaire internationale

En 2025, la Tunisie se classe au 12^e rang des exportateurs agroalimentaires africains, avec 2,3 % des exportations continentales du secteur, et au 83^e rang mondial, représentant 0,1 % des exportations agroalimentaires mondiales. Ces performances témoignent de la place du secteur dans les échanges internationaux et des perspectives de développement qui s'offrent aux entreprises tunisiennes pour consolider leurs positions et diversifier leurs débouchés.

L'Union européenne, partenaire commercial historique et privilégié

L'Union européenne demeure le premier marché cible de l'agroalimentaire tunisien, concentrant 45,3 % des recettes d'exportation de la filière en 2025. Sur le plan géographique mondial, l'Italie (15,5 %) et l'Espagne (15 %) figurent en tête des marchés clients, suivies par les États-Unis (10,6 %), la Libye (9,6 %), le Maroc (5,2 %) et la France (4,8 % des exportations globales et 3^e client au sein de l'UE avec 10,5 % des ventes destinées à la zone).

Des produits phares au rayonnement international

L'offre exportable tunisienne s'illustre par des positions de premier plan sur des filières stratégiques :

- Huile d'olive : La Tunisie occupe le rang de **1^{er}** fournisseur hors Union européenne sur le marché communautaire.
- Dattes : La Tunisie s'impose comme le **1^{er}** fournisseur global de l'Union européenne.
- Tomates (fraîches ou réfrigérées) : Le pays se positionne au **3^e** rang des fournisseurs hors UE du marché européen.
- Crevettes : Une filière dynamique qui place la Tunisie comme **10^{ème}** client/fournisseur extra-UE.

Source statistique : CEPEX

Huile d’olive : la filière locomotive

Produit emblématique de l’agriculture tunisienne et profondément ancré dans le patrimoine méditerranéen, l’huile d’olive constitue un véritable ambassadeur du savoir-faire national à l’ international. Sa présence au SIAL permet de mettre en valeur la diversité des productions tunisiennes, la richesse de leurs profils organoleptiques et la qualité du travail des producteurs. Le développement de la filière repose sur la diversification des débouchés, la montée en gamme et la valorisation des huiles conditionnées, biologiques et premium. À travers la promotion des marques tunisiennes et le renforcement des partenariats commerciaux, le SIAL représente une opportunité stratégique pour consolider la compétitivité du secteur et accroître son rayonnement sur les marchés internationaux.

Indicateur – huile d’olive, campagne 2025/2026	Valeur
Exportations (volume)	381,2 mille tonnes
Exportations (valeur)	4,780 milliards de dinars
Évolution des recettes	+50,8 % sur un an
Marchés desservis	Union européenne en tête, puis Amérique.

Source : données du CEPEX.

Dattes : un produit d’identité, une matière première d’innovation

La datte tunisienne, en particulier la Deglet Nour, est un produit phare de l’offre nationale, largement présent sur les marchés internationaux. La filière élargit aujourd’hui ses usages : pâtes et purées de dattes, sirops, barres, snacks, préparations pâtisseries, ingrédients pour l’industrie alimentaire, solutions naturelles de sucrage. La datte devient ainsi une matière première à fort potentiel d’innovation, au-delà du produit agricole exporté.

Indicateur — dattes, campagne 2025/2026	Valeur
Exportations (volume)	Plus de 160 mille tonnes, +13,3 % sur un an
Exportations (valeur)	Plus de 1 000 millions de dinars, +12,2 % sur un an
Part de la Deglet Nour	Environ 84 % des volumes exportés
Marchés desservis	Environ 94 marchés ; Union européenne en tête, puis Afrique et Asie
Dattes biologiques (dix premiers mois)	Environ 8,3 mille tonnes, 82,2 millions de dinars

Source : données du CEPEX.

- L'huile d'olive illustre le passage du vrac à la marque : conditionnement, gammes premium et biologiques, origine.
- La datte illustre le passage du produit brut aux ingrédients et produits dérivés.
- Dans les deux cas, le SIAL permet de présenter ces évolutions à des acheteurs capables de les valoriser.

8. Qualité, innovation, conditionnement et valeur ajoutée

La présence tunisienne ne se limite pas à des produits traditionnels : elle vise à montrer la capacité des entreprises à créer de la valeur à partir des ressources agricoles et alimentaires nationales. Cinq axes structurent cette démarche.

Axe	Ce qu'il recouvre	Illustration documentée
Qualité	Renforcement des démarches qualité et adaptation aux standards des marchés internationaux	Démarches qualité de la filière huile d'olive
Innovation	Produits répondant aux nouvelles attentes des consommateurs	Dérivés de la datte, nouveaux formats de couscous et de pâtes
Traçabilité	Valorisation de l'origine et des caractéristiques des produits	Accent du GIPP sur la traçabilité des produits de la mer
Transformation	Accroissement de la valeur ajoutée locale	Conserves, préparations, produits dérivés
Durabilité	Optimisation des ressources, réduction des pertes, modèles plus responsables	Pratiques propres à chaque entreprise participante

Des atouts en phase avec les tendances du marché

Le marché alimentaire international évolue vers des produits naturels et sains, des solutions pratiques et une attention croissante à l'origine et à l'histoire des produits. L'offre tunisienne présente plusieurs caractéristiques en phase avec ces évolutions :

- **Naturalité et terroir** : des productions agricoles diversifiées, porteuses d'une identité locale.
- **Identité méditerranéenne** : un patrimoine culinaire et des ingrédients associés à une tradition reconnue.
- **Authenticité** : huile d'olive, dattes, harissa et spécialités du terroir.
- **Innovation et diversification** : produits transformés, nouveaux formats, usages élargis.
- **Valeur ajoutée** : différenciation par le conditionnement, la transformation et le positionnement.

Le SIAL Paris consacre à ces mutations ses espaces d'innovation, ses conférences et ses animations professionnelles, ce qui permet aux entreprises tunisiennes de situer leur offre par rapport aux attentes du marché mondial.

9. Les produits du terroir et l’espace Newcomers

Pour l’édition 2026, le CEPEX met en avant de nouveaux entrants issus de la filière des produits du terroir. En partenariat avec l’Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) et avec l’appui du Swiss Import Promotion Programme (SIPPO), il présente un nouveau concept : un espace collectif **Newcomers** au sein du pavillon national, dans le Hall 3.

Le principe

Quatre entreprises médaillées lors de la 5e édition du Concours Tunisien des Produits du Terroir, organisée en 2025, ont été ciblées pour une première participation au SIAL Paris. **L’initiative vise à transformer la reconnaissance obtenue au niveau national en visibilité commerciale internationale.**

L’accompagnement

Phase	Contenu
Avant le salon	Préparation en amont
En amont et pendant	Coaching ; appui pendant le salon pour optimiser les rencontres
Après le salon	Suivi post-salon pour favoriser la concrétisation de partenariats commerciaux durables

Les quatre entreprises de l'espace Newcomers

Entreprise	Produit(s) présenté(s)
Hazar Tomate séchée	Tomates séchées
SMVDA ERRISSALA	Huile d'olive biologique, miel, tapenade d'olive
TAYARA FOOD	Harissa traditionnelle, salade mechouia, semi-conserve d'olives et salaisons
Coopérative centrale Lella Kmar	Couscous bio, bourghoul bio, harissa traditionnelle bio, fond d'artichaut

10. Le rôle du CEPEX et ses partenaires institutionnels

La participation nationale est pilotée par le CEPEX en collaboration avec les structures sectorielles pour présenter une offre consolidée.

Acteur	Rôle documenté sur le pavillon
Centre de Promotion des Exportations (CEPEX)	Pilotage de la participation nationale ; coordination du dispositif collectif ; animation du pavillon ; promotion de l’offre tunisienne ; visibilité des entreprises ; mise en relation avec les acheteurs internationaux
Groupe des Industries de Conserve Alimentaires (GICA)	Valorisation de l’industrie des conserves et préparations alimentaires, notamment tomate, harissa, thon et sardine
Groupe Interprofessionnel des Produits de la Pêche (GIPP)	Promotion des produits de la pêche et de la mer, avec un accent sur la qualité, la traçabilité et le potentiel export
Groupe Interprofessionnel des Dattes (GIDattes)	Valorisation des dattes tunisiennes et de leurs dérivés ; appui au positionnement international de la filière
Groupe Interprofessionnel des Fruits (GIFruits)	Promotion des fruits tunisiens et soutien à la visibilité de la filière
Centre Technique de l’Emballage et du Conditionnement (PACKTEC)	Le PACKTEC est une institution publique d'appui au secteur de l'emballage et de l'imprimerie, et chargée de la mise en œuvre du Programme National de Promotion Générique de l’Huile d’Olive Tunisienne Conditionnée, sous l’égide du Ministère de l’Industrie, des Mines et de l’Énergie.
APIA et SIPPO	Partenariat et appui pour l’espace Newcomers

En réunissant le CEPEX et les groupements sectoriels sur un même pavillon, la participation tunisienne permet à un acheteur de rencontrer, en un seul lieu, les opérateurs de plusieurs filières et les structures qui les représentent.

11. Les animations et les rencontres professionnelles

Le pavillon tunisien propose, tout au long du salon, un programme destiné à faire découvrir l’offre, favoriser les échanges avec les professionnels et faciliter le travail des médias.

Activité	Description annoncée	Date / horaire / lieu
Cooking show	Démonstrations culinaires valorisant la qualité, le savoir-faire traditionnel et les usages contemporains des produits ; journées thématiques dédiées à un produit ou à une filière	Voir annexe C
Dégustations	Sélection de produits emblématiques, nouveautés et créations des entreprises participantes	Voir annexe C
Rencontres B2B	Échanges directs entre entreprises tunisiennes et acheteurs, importateurs, distributeurs et autres opérateurs	Voir annexe C
Rencontres avec les médias	Interviews, visites guidées du pavillon, présentations pour journalistes et médias spécialisés	Voir annexe C
Temps forts institutionnels	Rendez-vous présentant la participation tunisienne et les orientations nationales de promotion des exportations agroalimentaires	Voir annexe C

12. Les objectifs commerciaux

Les objectifs annoncés, les résultats attendus.

Objectifs annoncés	Résultats attendus
Accroître la visibilité des entreprises et produits tunisiens	Visibilité accrue auprès des professionnels internationaux
Développer les rencontres B2B	Nouveaux contacts avec acheteurs et partenaires
Identifier de nouveaux marchés et consolider les marchés existants	Nouveaux débouchés, pistes de partenariat
Promouvoir les produits à forte valeur ajoutée	Meilleure connaissance des gammes conditionnées, transformées, biologiques et premium
Renforcer l'intelligence commerciale	Adaptation de l'offre aux tendances, normes et attentes

L'enjeu est de transformer la présence au salon en contacts qualifiés, en recherche de prospects, en partenariats et en ouverture de débouchés.

13. Le CEPEX : mission, valeurs et vision

Fort d'une expertise de plus de 53 ans dans la promotion des exportations tunisiennes, le Centre de Promotion des Exportations (CEPEX) a développé un réel savoir-faire dans l'accompagnement des entreprises tunisiennes à l'international. Grâce à une riche panoplie de services et à un réseau professionnel international, il ambitionne de positionner et de valoriser l'offre tunisienne sur les marchés internationaux. Il pilote la participation nationale au SIAL Paris 2026.

Notre vision

- Développer le positionnement des produits et services tunisiens à l'international.
- Impulser la diversification des produits et des marchés à l'export.
- Œuvrer pour l'exportation des produits et services tunisiens à forte valeur ajoutée.
- Renforcer le réseau des échanges commerciaux et optimiser l'exploitation des accords de libre-échange conclus entre la Tunisie et les pays partenaires.

Nos valeurs

- Engagement : Afin d'atteindre nos objectifs stratégiques, nous nous investissons pleinement et durablement dans l'accomplissement de nos missions, avec professionnalisme, responsabilité et rigueur.
- Confiance : Fondée sur l'écoute et l'orientation client, notre approche privilégie des relations durables et de proximité, reposant sur la crédibilité, la transparence et le respect mutuel.
- Innovation : Portée par l'expertise, la performance et la créativité de nos équipes, nous favorisons l'amélioration continue de nos méthodes et de nos pratiques afin de développer des solutions innovantes et durables.

Notre mission

- Informer, conseiller et orienter les exportateurs tunisiens vers les opportunités d'échanges à l'international et de partenariat commercial, en mettant à leur disposition un système d'information et de veille concurrentielle.
- Appuyer les acteurs économiques dans leur processus d'internationalisation, avec un soutien technique et financier.
- Accompagner les exportateurs sur les marchés extérieurs en organisant des actions promotionnelles, des rencontres de partenariat et des missions de prospection.
- Promouvoir le catalogue export des produits et services tunisiens auprès des milieux professionnels étrangers.

Du CEPEX au SIAL

Au SIAL Paris 2026, cette mission se traduit concrètement : organiser la présence collective sur deux espaces d'exposition, coordonner avec les partenaires sectoriels, valoriser les entreprises et les filières, faciliter les contacts commerciaux et animer un programme de rencontres.

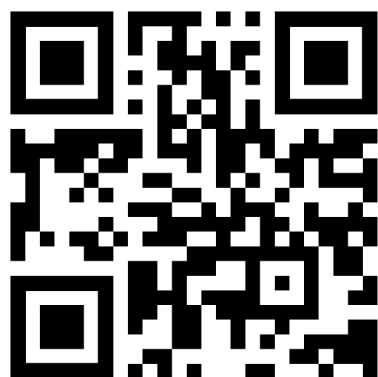
Site web : www.cepex.nat.tn

14. Informations pratiques pour les médias

Rubrique	Information
Salon	SIAL Paris 2026
Dates	Du 17 au 21 octobre 2026
Lieu	Centre des expositions Paris Nord Villepinte, France
Inauguration officielle	Le samedi 17 octobre 2026 à 10h00 en présence de décideurs et d'officiels de la filière L'événement est placé sous le haut patronage de Monsieur Emmanuel Macron, Président de la République française. Le ministre français de l'Agriculture, de l'Agro-alimentaire et de la Souveraineté alimentaire participera à cette inauguration officielle au cours de la matinée. Source : https://agriculture.gouv.fr/agenda-ministre
Espaces tunisiens	Hall 3 (pavillon principal, Newcomers) ; Hall 8 (dattes et fruits)
Numéros de stands	Hall 3 : allées C et D (stands 34 à 122) ; Hall 8 : allées C, E et F (stands 37 à 52). Liste détaillée en annexe A.
Site web	www.cepex.nat.tn

Ressources en ligne et contact presse

Le CEPEX en ligne



Scannez pour découvrir le CEPEX et ses services

Contact presse sur le salon

Nom et Prénom Mme NAJOUA RIFFI GHARBI

fonction : Directrice Communication et Marketing

WhatsApp : + 216 53 231 100

Tél : + 33757655044

Courriel : nrifi@tunisiaexport.tn

www.cepex.nat.tn

Annexe A – Liste des entreprises participantes avec le CEPEX

Liste des 61 entreprises du dispositif collectif, des 5 structures sectorielles partenaires et du CEPEX (espaces institutionnels), classées par espace (Hall 3, puis Hall 8) et par filière. Les numéros de stand indiquent l’allée et le numéro d’emplacement.

Entreprise	Filière	Produit(s) phare(s)	Hall	Stand
BULLA REGIA	Huile d'olive	Huile d'olive vierge extra	Hall 3	C-36
SMVDA ERRISSALA	Huile d'olive	Huile d'olive biologique, miel, tapenade d'olive	Hall 3	C-70.2
LA GENERALE POUR LE PROGRES AGRICOLE	Huile d'olive	Huile d'olive extra vierge, huile d'olive aromatisée	Hall 3	C-74
HARIMELLA OLIVE OIL COMPANY	Huile d'olive	Marque Barca de Carthage 1938	Hall 3	C-78
OLIVA PUNICA	Huile d'olive	Huile d'olive biologique	Hall 3	D-37
BIZERTA AGRI INDUSTRY	Huile d'olive	Huile d'olive conditionnée	Hall 3	D-71
OLIVED SARL	Huile d'olive	Huile d'olive en bouteille	Hall 3	D-73
FERMES ALI SFAR	Huile d'olive	Huiles d'olive (marques Tesoro Del Rio et Lahneya)	Hall 3	D-81
SOTAM	Huile d'olive	Huile d'olive	Hall 3	D-107
AGROLIVA	Huile d'olive	Huile d'olive	Hall 3	D-113
SOLIVERA	Huile d'olive	Huile d'olive extra vierge (qualité premium), huile d'olive biologique extra vierge, huiles d'olive aromatisées (citron, ail, piment, basilic)	Hall 3	D-117
RIVIÈRE D’OR	Huile d'olive	Huile d'olive	Hall 3	D-121
MANARTON - HDPM	Conserves et préparations	Thon, sardine, harissa	Hall 3	C-38
HAZAR TOMATE SÉCHÉE	Conserves et préparations	Tomates séchées	Hall 3	C-70.1
SICAM	Conserves et préparations	Double concentré de tomate, tomate pelée, harissa	Hall 3	C-76
SCAPCB	Conserves et préparations	Harissa, sauces piquantes, sardine et thon à la harissa, double concentré de tomate (marque Le Phare du Cap Bon)	Hall 3	C-80

Entreprise	Filière	Produit(s) phare(s)	Hall	Stand
STE DES CONSERVES MODERNES CAP BON	Conserves et préparations	Double concentré de tomate, harissa, confitures de fruits, sauces de tomate, hrous, salade mechouia, chakchouka	Hall 3	C-108
AGRIGOLD INTERNATIONAL	Conserves et préparations	Légumes transformés, harissa, huile d'olive, dattes	Hall 3	C-112
STIFEN FRUIT	Conserves et préparations	Confiture, compote, sirop, sauces salée et sucrée, boisson au jus	Hall 3	C-114
TUCAL	Conserves et préparations	Double concentré de tomate, harissa, confiture	Hall 3	C-116
EL FELLAH	Conserves et préparations	Double concentré de tomate, confitures (coing, figue, fraise, abricot), sauces tomate (ail, ail et basilic), sauce pizza, harissa, hrous	Hall 3	C-120
BRM AGRO-INDUSTRIE - BRM GROUP	Conserves et préparations	Salade mechouia, harissa, artichauts	Hall 3	D-41
TUNISIA FOOD INDUSTRY	Conserves et préparations	Tomates séchées, artichauts frais et en semi-conserve, dattes	Hall 3	D-79
SOCODAL	Conserves et préparations	Harissa, double concentré de tomate	Hall 3	D-105
SOCIÉTÉ EL MAZRAA	Conserves et préparations	Plats cuisinés tunisiens	Hall 3	D-109
ECOFISH SA	Conserves et préparations	Conserves de thon et de sardines	Hall 3	D-111
GÉNÉRALE CONSERVES ALIMENTAIRES JOUDA	Conserves et préparations	Harissa, tomate concentrée, sauces pizza, ketchup	Hall 3	D-115
OROMAR	Produits de la mer	Filets d'anchois à l'huile d'olive ou de tournesol, en bocaux	Hall 3	C-122
COOPÉRATIVE CENTRALE LELLA KMAR	Céréales, pâtes et couscous	Couscous bio, bourghoul bio, harissa traditionnelle bio, fonds d'artichaut	Hall 3	C-70.4
IKEL	Céréales, pâtes et couscous	Gamme de céréales classiques pour petit-déjeuner et snack (Grain d'Or, saveur cacao, sachet doypack 350 g)	Hall 3	C-72
SOCIÉTÉ FOOD ONE	Céréales, pâtes et couscous	Couscous, chapelure, tortillas	Hall 3	D-103
L'EPI D'OR	Céréales, pâtes et couscous	Farine, semoule, couscous, pâtes	Hall 3	D-119

Entreprise	Filière	Produit(s) phare(s)	Hall	Stand
LBM INDUSTRIE SA	Confiserie, biscuiterie et pâtisserie	Biscuits, cakes, crème à tartiner	Hall 3	C-34
L'APPETISSANTE	Confiserie, biscuiterie et pâtisserie	Biscuits, gaufrettes, cakes, génoise	Hall 3	C-106
SOBOCO	Confiserie, biscuiterie et pâtisserie	Bonbons, chamia	Hall 3	D-75
SOCIETE ALIMENTAIRE DU SUD	Confiserie, biscuiterie et pâtisserie	Biscuits, gaufrettes	Hall 3	D-77
TAYARA FOOD	Terroir et spécialités	Harissa traditionnelle, salade mechouia, semi-conserve d'olives, salaisons	Hall 3	C-70.3
SOCIETE EL GAMRA	Terroir et spécialités	Feuilles de brick, kunefa	Hall 3	C-110
SBC GROUPE DÉLICE	Jus et boissons	Jus et boissons	Hall 3	C-118
SLAMA FRERES	Huiles et graisses végétales	Huile végétale, graisse végétale	Hall 3	D-39
CEPEX	Institution	Organisateur du pavillon national	Hall 3	C-32
GROUPEMENT INTERPROFESSIONNEL DES PRODUITS DE LA PÊCHE « GIPP »	Structure sectorielle	Structure sectorielle (produits de la pêche)	Hall 3	C-40
TUNISIAN OLIVE OIL - PACKTEC	Structure sectorielle	Structure sectorielle (conditionnement, huile d'olive)	Hall 3	D-43
CANNED FOOD INDUSTRIES GROUP GICA	Structure sectorielle	Structure sectorielle (conserves alimentaires)	Hall 3	D-45
ATTAOUFIK DES DATTES	Dattes	Dattes Deglet Nour	Hall 8	C-39
SOCIÉTÉ AGRICOLE ET FROID TRADING	Dattes	Dattes	Hall 8	C-41
ELHEDAYA DATTES	Dattes	Dattes tunisiennes (Deglet Nour) en branche, en vrac et en ravier	Hall 8	C-43
GOLDEN EXPORT	Dattes	Dattes	Hall 8	C-45
BARAKA DE CONDITIONNEMENT DES DATTES	Dattes	Dattes	Hall 8	C-47
SONAB	Dattes	Dattes et dérivés	Hall 8	C-49

Entreprise	Filière	Produit(s) phare(s)	Hall	Stand
BRA DATES	Dattes	Dattes naturelles en branche et en vrac, dattes dénoyautées et conditionnées, dérivés de dattes	Hall 8	E-46
ROSE DE SABLE, S.A.	Dattes	Dattes tunisiennes	Hall 8	E-48
DORCAS INTERNATIONAL TRADE	Dattes	Dattes, pâtes	Hall 8	E-50
SOCIÉTÉ AGRO EXPORT SAHEL	Dattes	Dattes	Hall 8	F-40
BIOSCA TAMARA	Dattes	Dattes	Hall 8	F-42
AFRIMEX TRADING	Dattes	Dattes et dérivés	Hall 8	F-43
SOTUDEX	Dattes	Dattes naturelles et conditionnées	Hall 8	F-44
HORCHANI DATTES	Dattes	Dattes	Hall 8	F-45
ETABLISSEMENT NOURI DATTES	Dattes	Dattes de Tunisie	Hall 8	F-46
HAMMAMET INTERNATIONAL TRADING	Dattes	Dattes, huile d'olive	Hall 8	F-47
TAZART	Dattes	Deglet Nour et dattes en branche, dattes en vrac, poudre, pâte et sirop de dattes, café de noyaux de dattes, figue sèche	Hall 8	F-48
BEN MOUSSA ET CIE DE DATTES	Dattes	Dattes Deglet Nour standard, dattes en branche, dattes conditionnées, pâte de dattes, dattes dénoyautées	Hall 8	F-50
SODEA	Fruits, légumes et dattes	Fruits et légumes, dattes	Hall 8	F-38
STUCOD AGRI	Fruits et légumes frais	Fruits et légumes frais	Hall 8	C-37
LES INDUSTRIES ALIMENTAIRES RANDA	Céréales, pâtes et couscous	Semoule, pâtes, couscous, farine	Hall 8	à attribuer
CEPEX	Institution	Organisateur du pavillon national	Hall 8	F-51
GROUPEMENT INTERPROFESSIONNEL DES FRUITS	Structure sectorielle	Structure sectorielle (fruits)	Hall 8	F-49
GROUPEMENT INTERPROFESSIONNEL DES DATTES	Structure sectorielle	Structure sectorielle (dattes)	Hall 8	E-52

Annexe B – Chiffres clés et sources

Indicateur	Donnée	Source
Dates et lieu du salon	17-21 octobre 2026, Paris Nord Villepinte	SIAL Paris (sialparis.com)
Projection de fréquentation	Jusqu’à 8 000 exposants ; 295 000 professionnels ; plus de 200 pays	SIAL Paris, communiqué de mars 2026
SIAL Innovation	30 ans en 2026	SIAL Paris, mars 2026
Entreprises tunisiennes	71 : 61 en dispositif collectif, 10 à titre individuel	CEPEX
Export Agriculture et IAA, 2025	8,50 milliards de dinars ; +14,6 %	CEPEX
Export des IAA à fin août 2026	+20,8 %	CEPEX
Huile d’olive, nov. 2025–août 2026	381,2 mille tonnes ; 4,780 milliards de dinars ; +50,8 % en valeur	CEPEX
Dattes, campagne 2025/2026	Plus de 160 mille tonnes ; plus de 1 000 millions de dinars ; 84 % Deglet Nour ; environ 94 marchés	CEPEX
Dattes biologiques (10 mois)	Environ 8,3 mille tonnes ; 82,2 millions de dinars	CEPEX
Expérience du CEPEX	Plus de 53 ans de promotion des exportations tunisiennes	CEPEX

Annexe C – Programme de la participation nationale

1. Inauguration et temps forts thématiques

Cérémonie d’inauguration du salon et visite officielle du Pavillon national tunisien, avec présentation des filières et des produits par les groupements professionnels **(Hall 3 et Hall 8)**

Date	Heure	Animation / rendez-vous	Intervenant / filière	Lieu et modalités
17/10/2026	10h00	Ouverture officielle du salon		Pavillon de la Tunisie Hall 3 – Hall8
17/10/2026	12h00-12h15	Valorisation des produits de la mer tunisiens : pêche, aquaculture et saveurs méditerranéennes GIPP	Intissar CHARGUI, chef de service GIPP, produits de la pêche	Hall 3, stand C-32 Présentation
17/10/2026	12h00-12h15	Origine et bienfaits des dattes GIDATTES	Khaldoun KRIMI, directeur GIDATTE	Hall 8, stand E-52 Présentation
18/10/2026	12h00-12h15	Le GICA au service d'une industrie de conserve performante, durable et responsable Renforcement des compétences techniques et technologiques des acteurs de la mise en conserve, pour faire de la durabilité un levier de compétitivité	Wafa RJIBA, ingénieure spécialisée en IAA GICA, conserves alimentaires	Hall 3, stand D-45 Présentation
18/10/2026	12h00-12h15	La grenade de Tunisie : toute la richesse d'un fruit GIFRUIT	Tarek TIRA, sous-directeur GIFRUIT	Hall 8, stand F-49

2. Cooking Show, Hall 3

Deux séances par jour : 12h30-13h30 et 15h30-16h30

Chaque journée associe une filière exportable à des recettes préparées avec ses produits authentiques, pour relier la cuisine tunisienne au savoir-faire des entreprises exposantes et aux thèmes des présentations du pavillon.

Journée	Thème et produits mis en avant	Recettes signatures	Savoir-faire exportable mis en valeur
Jour 1 17/10	Les saveurs des produits phares de la mer tunisienne Dorade, maigre, loup, crevettes, thon, sardines, anchois ; grenades et miel	Couscous tunisien aux filets de maigre, relevé à l'huile d'olive et aux épices tunisiennes Doigts de fatma au thon Verrines de crevettes Dessert : verrines à la crème, grenades et miel, parfumées à l'eau de fleur d'oranger	Une pêche et une aquaculture méditerranéennes transformées en plats signatures, avec l'huile d'olive, les épices, la grenade et le miel. En écho à la présentation du GIPP.

Journée	Thème et produits mis en avant	Recettes signatures	Savoir-faire exportable mis en valeur
Jour 2 18/10	L'or vert de la Tunisie et les trésors des oasis Huile d'olive, dattes, grenades, figues séchées	Kafteji tunisien à l'œuf et aux boulettes de viande, nappé d'huile d'olive Bruschettas aux anchois et sardines, à l'huile d'olive Dessert : masfouf aux dattes, figues séchées et grenades, avec un filet d'huile d'olive	L'huile d'olive, principal produit alimentaire exporté, associée aux dattes des oasis, aux figues séchées et à la grenade. En écho à la présentation du GIFruits sur la grenade.
Jour 3 19/10	Céréales et pâtes : le savoir-faire tunisien Céréales, pâtes alimentaires, dattes, grenade, fruits secs	Pâtes fell à la tomate, au thon, aux olives et à la harissa Salade verte à l'anchois et aux tomates séchées Desserts : crème de semoule à la grenade et aux pistaches ; assida aux dattes, amandes et pistaches	Le savoir-faire céréalier tunisien (semoule, pâtes) allié aux produits de la conserverie et du terroir : olives, harissa, tomates séchées.
Jour 4 20/10	La richesse du terroir tunisien Produits du terroir, épices, harissa, fruits secs	Borghol à l'agneau et aux légumes Assortiment de toasts : thon, tomates séchées, tapenade d'olive et salade mechouia Dessert : fondant chaud aux dattes Deglet Nour, fleur d'oranger, fruits secs et miel	Des produits du terroir authentiques, de la tapenade à la salade mechouia, en écho aux entreprises de l'opération Newcomers.
Jour 5 21/10	Harissa et conserves, les saveurs tunisiennes Harissa, conserves, dattes	Fricassé tunisien au thon, à la harissa et à l'huile d'olive Crêpes garnies de confiture Dessert : makroudh chaud aux dattes	Le savoir-faire de la conserverie tunisienne (thon, harissa, confitures), en écho à la présentation du GICA.

3. Cooking Show, Hall 8

Deux séances par jour : 12h00-13h00 et 15h00-16h00 -Thème de la semaine : la datte tunisienne et les fruits

Journée	Thème et savoir-faire mis en valeur	Matin (12h00-13h00)	Après-midi (15h00-16h00)
Jour 1 17/10	La datte tunisienne, un produit d'excellence De l'origine de la datte à la pâtisserie, en écho à la présentation du GIDATTES.	Bssisa au sucre de dattes et à l'huile d'olive	Samsa croustillante aux dattes, amandes et miel
Jour 2 18/10	Les délices autour de la datte Les dérivés de la datte (sirop, pépites) et la grenade, en écho à la présentation du GIFRUITES.	Verrines à la confiture ; verrines au sirop de dattes et aux pépites de dattes	Masfouf aux dattes, grenades et huile d'olive
Jour 3 19/10	Dattes et fruits : créativité et saveurs La datte associée aux fruits secs et aux fruits : figues séchées, grenade, amandes, pistaches.	Dattes farcies ; bruschettas aux figues séchées, mozzarella et huile d'olive	Crème de semoule à la grenade et aux pistaches ; assida aux dattes, amandes et pistaches
Jour 4 20/10	La datte dans la tradition gourmande tunisienne La pâte de dattes et la Deglet Nour au cœur des desserts traditionnels.	Crêpes à la pâte de dattes	Fondant chaud aux dattes Deglet Nour, fleur d'oranger, fruits secs et miel

Journée	Thème et savoir-faire mis en valeur	Matin (12h00-13h00)	Après-midi (15h00-16h00)
Jour 5 21/10	Deglet Nour : tradition et modernité La Deglet Nour, entre pâtisserie traditionnelle et création contemporaine.	Verrines cheese cake aux dattes	Makroudh chaud aux dattes

Chaque recette est préparée à partir de produits exposés par les entreprises du pavillon tunisien, pour créer un lien direct entre la cuisine et l'offre exportable.

Annexe D – Fiche contact presse

Rubrique	Contact sur le pavillon national	Contact en Tunisie
Nom et prénom	Mme NAJOUA RIFFI GHARBI	Mme Imen HADDAD
Fonction	Directrice Communication et marketing	Service Relations Publiques
Téléphone	WhatsApp : + 216 53 231 100 Tél : +33757655044	IHADDAD@tunisiaexport.tn
Courriel professionnel	nrifi@tunisiaexport.tn	IHADDAD@tunisiaexport.tn
Site web	www.cepex.nat.tn	www.cepex.nat.tn

Accès rapide

Le CEPEX en ligne



Scannez pour découvrir le CEPEX et ses services