POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

**Voici le « Frenchsicle » : une rafraîchissante sucette glacée au ketchup de French’sMD, offerte pour une période limitée**

Dès la première semaine de l’été et pour une durée limitée, le « Frenchsicle » sera offert à des emplacements éphémères à Vancouver (C.-B.), à Toronto (Ont.) et à Leamington (Ont.).

LONDON (Ontario), le 20 juin 2022 – Ce mercredi, le ketchup French’s lancera le « Frenchsicle », sa nouvelle sucette glacée à saveur de ketchup offerte pour une période limitée, pour célébrer la première semaine de l’été. La friandise congelée, qui sera offerte à des emplacements éphémères jusqu’au 24 juin, est née d’une collaboration avec Harry Pops, une entreprise canadienne se spécialisant dans la confection de sucettes glacées entièrement naturelles, faites de vrais fruits et sucrées avec du sucre de canne biologique.

Le Frenchsicle, dont la saveur de tomate aromatique et la touche sucrée-salée se marient à merveille, pourra être dégusté à Vancouver (C.-B.), à Toronto (Ont.) et à Leamington (Ont.) cette semaine seulement. Cette friandise faite avec des tomates 100 % canadiennes combine certaines des meilleures traditions de la saison : le ketchup et les sucettes glacées.

Selon un sondage commandé par French’s, une **majorité de Canadiens (79 %) disent aimer ou adorer le ketchup**, ce qui en fait une saveur estivale caractéristique au Canada. Et **presque tous les Canadiens qui aiment le ketchup (78 %)** pensent qu’il est important d’acheter du ketchup fait avec des tomates 100 % canadiennes.

« J’adore créer des gâteries innovantes qui conviennent aux goûts variés des Canadiens, explique Leila Keshavjee, fondatrice de Happy Pops. J’ai fondé Happy Pops pour offrir des saveurs artisanales et entièrement naturelles aux Canadiens. Le ketchup de French’s, produit localement, est donc un mariage parfait. J’ai hâte que les gens goûtent à ce condiment transformé en sucette glacée. »

Le ketchup est l’un des condiments les plus populaires pour les plats estivaux. Selon le sondage de French’s, **les Canadiens qui aiment le ketchup le préfèrent avec des frites (84 %)** et avec **des plats faits au barbecue, comme des hamburgers, des hot-dogs et des saucisses (59 %).** Ils peuvent maintenant apporter un vent de fraîcheur aux barbecues d’été avec le Frenchsicle.

« Cette année, l’été sera de nouveau sous le signe du plaisir grâce au Frenchsicle, assure Trevor Squires, directeur national, McCormick & Company, Canada. C’est fantastique de célébrer l’alimentation et les saveurs locales, de la base du Frenchsicle, fait de tomates 100 % canadiennes, à notre partenariat avec Happy Pops. »

L’équipe du ketchup French’s distribuera des Frenchsicles aux emplacements suivants :

* 609 Granville Street, Vancouver (C.-B.) : le 22 juin, de 10 h 30 à 14 h 30
* 15 York Street (Maple Leaf Square), Toronto (Ont.) : le 23 juin, de 11 h 30 à 15 h
* 12 W Park Lane, Leamington (Ont.) : le 24 juin, de 11 h 30 à 14 h 30

Afin de souligner le patrimoine collectif canadien, pour chaque Frenchsicle offert, French’s fera un don de deux repas à Banques alimentaires Canada pour lutter contre l’insécurité alimentaire au Canada. Élargissant notre partenariat amorcé en 2015, cette contribution soutient plus de 4 700 organismes et banques alimentaires partout au pays. De plus, en 2022, French’s soutient également le programme *Après la cloche* de Banques alimentaires Canada, qui offre des sacs de denrées nutritives aux enfants dans le besoin durant l’été.

Cet été, le ketchup French’s encourage les Canadiens à créer des souvenirs en partageant un bon repas, surtout si on l’accompagne d’un Frenchsicle. Pour en savoir plus et obtenir la recette à préparer à la maison, visitez [Frenchs.ca](https://www.clubhouse.ca/fr-ca/frenchs/frenchsicle). Abonnez-vous à French’s et recherchez #Frenchsicle pour prendre part à la fête sur Instagram et Facebook.

**Avis aux médias :** Des images en haute résolution peuvent être téléchargées en cliquant sur ce [lien](https://mccormick.widencollective.com/c/rt0rtet0).

###

**À propos du sondage**

Du 5 mai 2021 au 6 mai 2022, un sondage a été mené en ligne par Maru/Blue auprès de 1 514 adultes canadiens sélectionnés au hasard parmi les membres de Maru Voice Canada. Aux fins de comparaison, un échantillon aléatoire de cette taille comporte une marge d’erreur estimée (qui mesure la variabilité d’échantillonnage) de plus ou moins 2,5 %, 19 fois sur 20. Les résultats ont été pondérés en fonction du niveau de scolarité, de l’âge et de la région (et, au Québec, de la langue) afin de correspondre à la population, selon les données du recensement. Cette méthode permet d’obtenir un échantillon représentatif de l’ensemble de la population adulte du Canada. Les écarts entre les totaux sont attribuables à l’arrondissement des données.

**À propos de French’s**

French’s a été présentée pour la première fois au hot-dog, ainsi qu’au public, à l’Exposition universelle de 1904. Ce fut un coup de foudre dès la première bouchée. Au fil des ans, French’s est devenue une marque incontournable, des stades aux cours arrière, sans oublier les tables des Fêtes. La gamme de produits French’s comprend la moutarde Classic Yellow, le ketchup aux tomates, la sauce Worcestershire, les oignons frits croustillants et plus encore. Pour obtenir de l’information et des recettes, visitez Frenchs.ca.

French’s est une marque de McCormick & Company (MKC). McCormick, qui génère plus de 6 milliards de dollars de ventes annuelles dans 170 pays et territoires, est un chef de file mondial en matière de saveurs. Créée en 1889, McCormick (dont le siège social se trouve à Hunt Valley, Maryland, É.-U.) est guidée par nos principes et s’engage à l’endroit de notre objectif : rester solidaires pour l’avenir des saveurs. McCormick souhaite favoriser un monde uni par les saveurs, où la santé, la durabilité et le goût vont de pair. Pour en savoir plus, visitez le [mccormickcorporation.com/fr-ca](https://nam04.safelinks.protection.outlook.com/?url=http%3A%2F%2Fwww.mccormickcorporation.com%2F&data=04%7C01%7CKendra_Ferguson%40mccormick.com%7Cd675a1ecaba943a18e3a08d94ba8e89b%7Ce274a129849d4351ab827bd413959a93%7C0%7C0%7C637624011120472701%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJWIjoiMC4wLjAwMDAiLCJQIjoiV2luMzIiLCJBTiI6Ik1haWwiLCJXVCI6Mn0%3D%7C1000&sdata=KPakn5JaBQ%2BB3%2F9C5t%2FwuqQTN%2Bf4fN9T6GMIDOc6mR0%3D&reserved=0) ou abonnez-vous à McCormick sur Twitter, Instagram et LinkedIn.

**À propos de Banques alimentaires Canada**

En collaboration avec un réseau pancanadien de banques alimentaires, Banques alimentaires Canada fait preuve de leadership à l’échelle nationale pour soulager la faim aujourd’hui et prévenir la faim demain. Depuis 40 ans, les banques alimentaires aident les Canadiens vivant dans l’insécurité alimentaire. Plus de 4 500 banques alimentaires et organismes communautaires unissent leurs efforts pour servir les personnes les plus vulnérables autour de nous. Selon le rapport Bilan-Faim, ce sont 1,3 million de visites qu’ils auraient reçues l’an dernier en un seul mois. Au cours des 10 dernières années, le système de Banques alimentaires Canada a permis de recueillir et de distribuer plus de 1,4 milliard de livres de nourriture, et l’organisme a versé près de 168 millions de dollars pour maximiser l’incidence collective, renforcer la capacité locale et diminuer la nécessité d’avoir recours aux banques alimentaires. Sa vision est claire : créer un Canada où personne ne souffre de la faim. Pour en savoir plus, visitez le [www.foodbankscanada.ca/fr/](https://foodbankscanada.ca/fr/).

**Pour plus de renseignements :**

Dea Masotti Payne, dea.masottipayne@northstrategic.com, cell. : 437-222-5629

Sarah Windham, Sarah\_Windham@mccormick.com, cell. : 443-844-9067