

PUTENPOST



Putenpost Nr.7

Putenfleisch aus Frankreich

Neues Promotionmaterial wünscht Kunden „Puten Appetit!“



Um den Handel beim Abverkauf französischer Putenprodukte zu unterstützen, hat Sopexa im Auftrag der vier französischen Putenproduzenten Arrivé, Doux, Gastronomes und LDC ansprechendes Promotionmaterial entwickelt. Ein Verkostungsstand, eine dreieckige Info-Säule und Rezeptkarten bilden ein attraktives Umfeld für den Abverkauf von Putenprodukten. Sechs Rezepte machen Kunden Putenfleisch aus dem Land der

Genießer schmackhaft. Ergänzt werden die Rezepte durch Fitnessstipps auf der Rückseite, die zum nachmachen animieren. Denn Putenfleisch ist gesund und fettarm und damit wichtiger Bestandteil einer bewussten Ernährung.



Das Material kann bei Fachberater Michael Keller unter der Telefonnummer 02205/88532 oder per Mail (keller@mk-fachberatung.de) angefordert werden. Der gelernte Metzgermeister steht dem Handel seit vielen Jahren als kompetenter Ansprechpartner zur Seite.

Die französische Branchenorganisation CIDEF – Wortführer und Bindeglied mit vielfältigem Aufgabengebiet.

Als offiziell anerkannter Wortführer und Bindeglied zwischen den Fachleuten der Branche und der Regierung fallen zahlreiche Aufgaben in den Verantwortungsbereich des Dachverbands der französischen Putenbranche CIDEF (Comité Interprofessionnel de la Dinde Française).

VERSAMMLUNG

Der CIDEF eint die Fachleute der französischen Putenbranche durch den so genannten „Fortschrittsvertrag“ (Contrat de Progrès). Durch ihre Unterschrift verpflichten sich die Firmen, die vom Verband aufgestellten Richtlinien zu Produktionsbedingungen, Hygiene und Kontrollen einzuhalten. Außerdem organisiert der Branchenverband gemeinsame Aktionen, zum Beispiel verkaufsfördernde Maßnahmen und Informationsveranstaltungen.

INNOVATION

Eine weitere wichtige Aufgabe des CIDEF ist die ständige Verbesserung in Sachen Produktqualität und Produktinnovationen. Der Verband steht gegenüber dem Verbraucher für die Qualität und Sicherheit der auf den Markt gebrachten Produkte ein. Unterstützung der Wissenschaften ist ebenfalls ein Anliegen des CIDEF. Dazu schreibt das wissenschaftliche Verbandskomitee jährlich einen Preis zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung zum Thema „Ernährung, Nahrungsmitteltechnik und ihre Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit“ aus.

KONTROLLE

Hierzu gehören unter anderem die Prävention von Gesundheitsrisiken, Qualitätskontrollen in der Produktionskette, die Verbesserung der gesundheitlichen Qualität im Tierbestand, Produktsicherheit und nicht zuletzt das Wohlergehen der Tiere. Der CIDEF überprüft regelmäßig das Einhalten der Vorschriften durch die Mitglieder der Putenbranche – und das von der Bruterei bis hin zum Point of Sale.

KOMMUNIKATION

Im Rahmen einer sehr engen internen Kommunikation stellt der CIDEF den Fachleuten statistische Marktdaten und den aktuellen Entwicklungsstand der Forschungsarbeiten zur Verfügung. Des Weiteren informiert er Fachleute sowie Endverbraucher regelmäßig über die Entwicklung der Branche und die Aktivitäten des Verbands.

Die vom CIDEF initiierten Aktivitäten ergänzen die der Unternehmen. Die harmonische Entwicklung der Branche ist ein gemeinsames Ziel, denn beide Parteien wissen: Einsatz von allen bedeutet Erfolg für alle!



Snacking – Erfolgversprechend und zukunftssträftig mit Puten-Convenienceprodukten aus Frankreich.

Aufgrund von zunehmender Mobilität und Individualisierung lösen sich feste Mahlzeitenstrukturen (Frühstück, Mittagessen, Abendessen) immer mehr auf. Ob am Arbeitsplatz oder auch zu Hause, ob zwischen den Mahlzeiten oder als Ersatz für eine komplette Mahlzeit – es wird immer mehr an wechselnden Orten und zu verschiedenen Zeiten gegessen. Es werden mehr Convenience-Produkte, dafür weniger unverarbeitete Grundnahrungsmittel verkauft. So hat sich zum Beispiel der Anteil von gewürzten und panierten Putenteilen an frischen Putenteilen in nur vier Jahren fast verdoppelt (von 5 auf 9 Prozent in 2002)! Frankreich kommt diesem neuen Snacking-Trend mit seiner breiten Palette an unterschiedlichsten Putenprodukten entgegen: Auf dem französischen Markt hat der Konsument die Wahl zwischen über 40 unterschiedlichen Produkten! Die Bandbreite reicht von Puten-Nuggets und Mini-Cordons bleus über verzehrfertige Produkte wie gegarte Puten-Würstchen bis hin zu aromatisierten Putenprodukten. Dazu gehören geräucherte Putenschinken oder



Putensnacks in den Geschmacksrichtungen Knoblauch, Tex-Mex, indisch-scharf, Barbecue, Thai... Die Mindesthaltbarkeitsdauer von mehreren Tagen oder auch Wochen begünstigt die Vorrathaltung und kommt so dem Wunsch des Verbrauchers nach spontanem Verzehr entgegen. Für den Handel bedeutet dies zudem eine unkomplizierte Logistik. Die Zukunft des Snackings liegt auf der Hand: Als Folge gesellschaftlicher Veränderungen wird sich der Trend noch weiter verstärken. Er ist Ausdruck eines freiheitlichen Lebensstils, da beim Snacking allein das jeweilige Konsumentenverhalten und individuelle Vorlieben zählen. Putenfleisch aus Frankreich spielt hierbei eine wichtige Rolle, denn es ist nicht nur eine gesunde Alternative zu fettigem Fast-Food & Co., sondern bietet auch viele Variationsmöglichkeiten. Das Sortiment der französischen Putenbranche garantiert im Thekenbereich ein optimales Angebot und unterstützt den Handel bei einer professionellen Profilierung.

Umfrage mit Gewinnspiel – Machen Sie mit!



Damit wir die in unregelmäßigen Abständen erscheinende „Putenpost“ noch weiter verbessern und Ihren Informationsbedürfnissen anpassen können, bitten wir Sie, den beigefügten Fragebogen auszufüllen. Unter allen Teilnehmern verlosen wir zehn Bücher „Geflügel – Die neue große Schule“!

Texte und Rezepte von
Monika Kellermann,
Fotos von Susi und
Pete A. Eising,
Verlag Zabert Sandmann
GmbH

Bonne année!

Ein erfolgreiches neues Jahr mit Putenfleisch aus Frankreich wünschen Ihnen der Puten-Exportclub und Sopexa.

DEUTSCHLAND
Sopexa

