

PUTENPOST



Putenpost Nr. 10

Putenfleisch aus Frankreich



ANUGA MEAT 2005:

Frankreichs Putenproduzenten präsentieren ihre Neuheiten

Natürlich werden auch die französischen Putenerzeuger auf der Anuga Meat, der Fleisch-Fachmesse unter dem Dach der größten und wichtigsten Food & Beverage-Messe der Welt, vertreten sein.

Sie freuen sich darauf, Sie auf ihren Ständen begrüßen und ihre neuen Produkte und Verpackungen vorstellen zu dürfen.

PRODUKTNEUHEITEN:

Apéritifhähnchen und Dönerzubereitung

Das Hacksteak aus Putenfleisch ist eine kulinarische Alternative zu Rindfleisch. Mit einem geringen Fettanteil eignet es sich für eine gesunde, ausgewogene Ernährung.

Die Verpackung ist praktisch: Sie lässt sich einfach öffnen und jedes Steak ist einzeln verschlossen. Die Firma **Gastronome** bietet es sowohl unter der Marke „**Gastronome**“ als auch unter „**Douce France**“ an. Freunde der türkischen Döner-Spezialität können diese ab sofort auch zu Hause zubereiten – mit „**Kebab**“ von Douce France. Mikrowelleneignete Plastikscheren enthalten 150 Gramm knuspriges Putendönerfleisch, das innerhalb von eineinhalb Minuten in der Mikrowelle erhitzt werden kann. Dazu gibt es drei verschiedene Saucen zur Auswahl: Senf-Ketchup, Tomate-Kräuter oder weiße Sauce.



Geflügelstückchen schnell serviert

„**Miettes de Volaille**“ – „Geflügelkrümel“ – nennt der französische Geflügelspezialist **LDC** seine neue Zubereitung aus gepökeltem Putenfleisch zum Bestreuen von Salaten oder Toasts.



Unter der Marke „**Le Gaulois**“ sind zwei Geschmacksrichtungen erhältlich: Mexikanische und Provenzalische Art. Beide gibt es in 150-Gramm-Schalen und mit weniger als sechs Prozent Fettanteil.

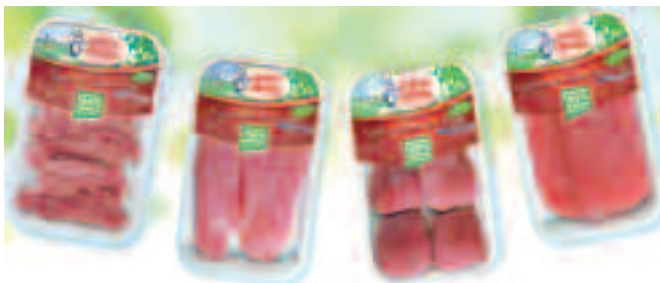


VERPACKUNGSNEUHEITEN:**Innovative Verpackungen und festliche Genüsse**

Arrivé gibt bekannt, dass alle SB-Putenteile der Marke „Maître Coq“ künftig auch in **Atmopack** geliefert werden können. Die Haltbarkeit verlängert sich dadurch um drei Tage. Des weiteren bietet das Unternehmen dank der Aufnahme der **Schwarzfederpute** ein nun vollständiges SB-Sortiment auf Tray unter Folie an **Effilé-Freilandgeflügel aus St. Sever** (mit Hals, Kopf und Innereien in natürlicher Lage) unter den Marken „Le Gemmeur“ und „Les Produits du Peyriguet“. Natürlich darf die **gefüllte, teilentbeinte** (und dadurch aufschnittfertige) **Weihnachtspute** nicht fehlen. Dieses traditionelle Rezept wurde durch Zugabe von echten Korinthen, Maronenstückchen sowie einer Prise Zimt optimiert. Alle Produkte werden unter der Marke „Maître Coq“ in den Handel gebracht.

Neue Verpackung für längere Haltbarkeit

Mehr Frische verspricht die französische Traditionsfirma **Doux** für ihre Marke „Père Dodu“. Eine neue Verpackung, bestehend aus einem **Styropor-Tray und einer neuartigen Folie**, soll nicht nur Handel, sondern auch Verbrauchern Vorteile bringen. Dazu gehört vor allem die **längere Haltbarkeit** der Produkte von mindestens **elf Tagen**. Der Handel profitiert außerdem von den luftdichten Trays, die für **mehr Sauberkeit im Regal** sorgen, und der Möglichkeit der **vertikalen Präsentation** des Geflügels. Der Konsument schätzt die leicht zu öffnende Verpackung.

**ARRIVÉ****Halle 10.1, Stand D14**

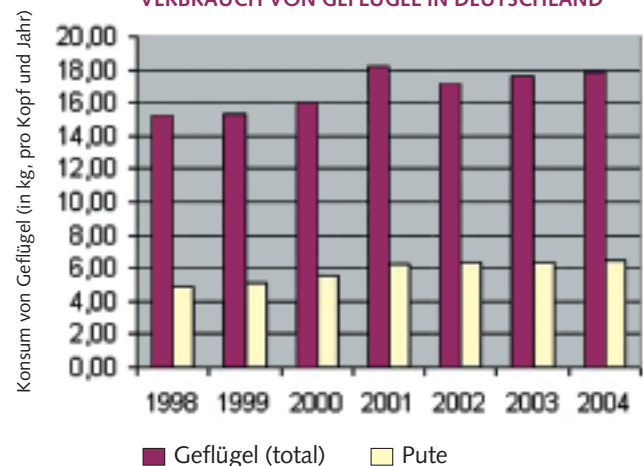
Ansprechpartner: Rolf Schöppner
Tel.: 0211 - 164 57 46
Mobil: 0172 - 25 54 168
Mail: rolf.schoeppner@arrive.fr

DOUX**Halle 10.1, Stand B 010/C 011**

Ansprechpartner: Torsten Walter
(Verkaufsleiter LEH)
Tel.: 033203 - 8743-113
Mobil: 0172 - 810 11 87
Mail: torsten.walter@doux.com

Pute liegt im Trend

Der Verbrauch von Putenfleisch in Deutschland lag im Jahr 2004 bei **6,6 Kilogramm pro Kopf**. Das sind **35 Prozent mehr** als 1998. Immer mehr Konsumenten kaufen das helle Fleisch auf Grund seiner diätetischen Aspekte. Auch der hohe Convenience-Faktor spielt eine bedeutende Rolle, denn es lässt sich in kürzester Zeit vielfältig zubereiten. Frankreich ist sowohl der größte europäische Erzeuger als auch Deutschlands Hauptlieferant von frischen Putenteilen. Mit einem Export von mehr als **41.000 Tonnen** besitzen die Produzenten aus dem Hexagon einen Marktanteil von fast 42 Prozent der nach Deutschland importierten Menge.

VERBRAUCH VON GEFLÜGEL IN DEUTSCHLAND**Blick auf die laufende Kampagne**

Auch im laufenden Kampagnenjahr 2005/2006 liegt der Schwerpunkt der Aktionen auf den Promotions im Handel. Für den Puten-Exportclub, dem die größten Exporteure Frankreichs wie Arrivé, Doux, Gastronome und LDC angehören, sind mehr als **550 Verkostungseinsätze** im deutschen Handel geplant. Mit dem Claim „Puten Appetit“ werben die französischen Produzenten für ihr hochwertiges, mageres Putenfleisch. Zudem werden den Fachverkäufern von verschiedenen Handelspartnern **Seminare** angeboten. Michael Keller, selbst Fleischermeister mit langjähriger Erfahrung, vermittelt Informationen über Tradition der Putenproduktion, Qualitätskategorien und Profi-Tipps für den Handel.

Wenn Sie Fragen oder Anregungen zu den Themen und Informationen in unserem Newsletter haben, schreiben Sie uns doch eine kurze Mail:
kristin.unruh@sopexa.com.

GASTRONOME**Halle 10.1, Stand D18/E19**

Ansprechpartner: Christoph Strolz
(Geschäftsführer Fa. Gelavi GmbH)
Tel.: 089 - 599 181 0
Mobil: 0172 - 810 11 87
Mail: cstrolz@lcm.de

LDC**Halle 10.1, Stand B 28/C 29**

Ansprechpartner:
Martin Clarenbeek (Exportleiter)
Tel.: 0033 - 2 43 62 70 23
Mobil: 0033 - 6 07 01 52 30
Mail: martin.clarenbeek@ldc.fr

