

Martinet élargit sa gamme de Smoothies et boissons rafraîchissantes

Le « Traiteur intraitable » a amorcé sa diversification vers les Smoothies de légumes en 2011. Martinet lance cette année un Gazpacho de tomates élaboré avec sa filiale espagnole et conditionné en format nomade de 240 ml. La fabrication par flash pasteurisation permet de préserver la qualité gustative tout en optimisant la durée de conservation. L'unité est proposée 1,99 € en GMS. Côté fruits, Martinet développe sa gamme Green Tea lancée en mai 2012. Il s'agit d'une boisson rafraîchissante au thé vert infusé, aromatisée et sucrée exclusivement aux jus de fruits, sans conservateur. La boisson est peu calorique et ne contient que 54 kcal par bouteille de 240 ml. Le prix conseillé en GMS est de 1,10 € l'unité de 240 ml. Enfin, Pierre Martinet innove dans le domaine des salades familiales autour de la recette phare du marché, les carottes râpées qui pesait quelque 21 000 tonnes en 2012. Grâce à un nouveau râpage, Pierre Martinet propose une nouvelle façon de craquer pour les carottes. L'association de courgettes jaunes et de vinaigre balsamique apporte saveur et couleurs à la recette.



www.martinet.fr

Océane, 20 ans fêtés au Fruit Logistica

À l'occasion de ses 20 ans, la coopérative Océane a revu sa communication de fond en comble : nouvelle plaquette, nouveau site internet et stand plein d'énergie à Berlin sont au rendez-vous des 20 ans ainsi qu'une AG qui devrait être festive. L'énergie positive est le message que l'on retrouve sur la couverture de la plaquette d'Océane qui rassemble 64 producteurs nantais, pour un volume de 70 000 t de f&l. En 20 ans la gamme est passée de 2 à 8 produits, le dernier étant le cœur de sucrine conditionnés par 3 en flow pack. Océane c'est plus de 44 000 t de tomate, 22 millions de pièces de concombre, 25 millions de barquettes de mâche, 6 millions de bottes de radis, 3 000 t de poireaux, 100 tonnes de fraises, 1 500 t de jeunes pousses de salade et 600 t de salades.

www.oceane.tm.fr

La révolte des moutons – Les consommateurs au pouvoir. Limitée au début des années 1980 à une poignée de militants, accentuée par la prise de conscience écologique au début des années 2000, la prise de pouvoir par le consommateur a pris, avec la crise économique, l'ampleur d'un phénomène social. Qui sont ces nouveaux « consommateurs » et quelles sont leurs stratégies de contournement ? Pascale Hébel, directrice du département consommation du Crédoc, décrypte cette réconciliation entre éthique et consommation, et en fait le gage d'un changement durable.

Collection Autrement 2013.

www.autrement.com

Les salades Florette certifiées Leaf

Dès avril 2013, 100 % des producteurs de salades Florette seront certifiés LEAF pour le bien de la terre et des hommes. Ce sont au total 3 200 hectares de salades qui sont concernées par cette certification. La certification LEAF (Linking Environment And Farming) signifie « Lier Environnement et Agriculture ». Cette certification atteste des efforts menés par les producteurs pour favoriser la biodiversité, recycler les déchets, réduire la consommation d'énergie, économiser et préserver la qualité de l'eau, respecter les paysages.

L'engagement de Florette en faveur d'une agriculture durable trouve sa légitimité dans son ancrage agricole, via son appartenance à Agrial, 6^e groupe coopératif agricole et agroalimentaire français. Dans ce cadre, les pratiques culturelles sont une priorité pour Florette qui, au travers de cahiers des charges très stricts, accompagne les producteurs dans une démarche d'agriculture durable. Aujourd'hui, tous les producteurs de salades Florette peuvent attester de la certification LEAF. En mettant en œuvre les meilleures pratiques culturelles, Florette garantit à ses consommateurs un produit sain et sûr mais aussi un produit respectueux de son environnement. Le choix d'adopter, dans un premier temps, le référentiel GlobalGap a été déterminant dans la mise en œuvre d'une politique durable à l'amont, depuis le choix des semences et des parcelles, jusqu'à la conduite des cultures. Il apparaissait normal à Florette d'aller encore plus loin, avec la prise en compte de la sauvegarde de la faune, de la flore et du paysage, d'autant plus que Florette produit des salades essentiellement en bord de mer, à proximité de sites comme le Mont-Saint-Michel. Toutes les salades Florette sont dorénavant certifiées LEAF. La certification sera visible sur les emballages dès le printemps prochain.

www.florette.com

