

Une gamme halal débarque chez Martinet

Pierre Martinet entend devenir leader sur le marché des produits traiteurs. Les recettes de Nurdan concrétisent ce projet qui mise d'abord sur la qualité

Dans le cadre du restaurant Guy Savoy, à Paris, Pierre Martinet, PDG de la société éponyme, a présenté sa gamme de produits halal, Les Recettes de Nurdan, et a clairement exprimé le chemin que l'entreprise devait prendre sur ce marché :

« Nous voulons être le leader en produits traiteur. Pas en charcuterie, où des entreprises sont bien implantées, mais peut-être en charcuterie fine, comme sur la galantine de volailles. » En soulignant la présence du chef Guy Savoy, qui conseille l'entreprise depuis de nombreuses années, Pierre Martinet a voulu inscrire son annonce sur le terrain de la qualité

Des prix supérieurs à ceux des produits conventionnels

L'offre halal est composée de 16 références en traiteur et en charcuterie. Aux côtés du croustillant de volaille, de la salade de lentilles à la



saucisse et au bœuf, et de la pizza orientale, l'entreprise développe des produits à griller (saucisses de poulet, de canard et de bœuf), du jambon et des galantines, comme la galantine à l'orange dont Martinet, avec le croissant au poulet, veut faire un emblème des recettes de Nurdan. Elles seront vendues à des prix de 20 % à 30 % supérieurs à ceux des salades et de la charcuterie conventionnelle.

Les produits commencent à arriver chez les distributeurs : Auchan, Carrefour, et certains Leclerc, en attendant peut-être Casino, qui consolide sa gamme Wassila en faisant intervenir des acteurs nationaux. ■ ■ ■

V. R.

Des steaks hachés au cœur tendre

Lancée en novembre 2009 au rayon boucherie, la marque Tendre et plus, de Terrena, étend son offre avec une nouvelle gamme de hachés baptisée Cœurs fondants. Trois références au choix : pépites de sauce tomate, emmental et sauce aux oignons. Les Cœurs fondants se composent à 80 % de bœuf et à 20 % de garniture. Pensée pour les petits comme pour les grands, cette offre entend redynamiser le marché du haché de bœuf. ■ ■ ■

PVI 2€ • TERRENA



Weleda nettoie à l'hamamélis



Le laboratoire Weleda lance une gamme de nettoyants et démaquillants à l'hamamélis qui préserve du dessèchement. Trois produits seront disponibles fin avril : un lait démaquillant doux, une lotion tonique fraîcheur et un démaquillant tonique, élaborés à base de substances naturelles bio. ■ ■ ■

PVI 13,10€ • WELEDA

Glacé Orangina

Mio, la marque export du groupe belge BIG, lance une glace au goût d'Orangina. Orangina apporte l'orangeade composée de pulpe et de jus. Mio prépare la crème glacée à base de lait, de crème fraîche et d'arôme naturels. La gamme se décline sous forme de bouteilles et de tubes. ■ ■ ■

PVI 2,20 ET 2,50€ • ORANGINA-MIO



Le canard s'invite à l'apéro

Le spécialiste de la gastronomie du Sud-Ouest décline l'un de ses produits phares, le canard, à la mode bodega. Marinées à la catalane, les brochettes de canard se font mini pour passer au barbecue ou à la plancha. ■ ■ ■

PVI 3,50€ ET 5,90€ • MONFORT

