

AM

Pour votre

publicité

02 99 32 58 44



Saveur
CRÉATEUR DE GOÛTS

Créateur de solutions culinaires et aromatiques pour les produits de la mer

ENROBAGES & MARINADES
TARTINABLES DIPS
EXTRAITS CULINAIRES
SOUPES PLATS CUISINÉS
ARÔMES CULINAIRES FONDS ET FUMETS RILLETTES DE LA MER

a company of **Savena**

Siège social : Z.I. du Pommeret • 7, rue des Artisans B.P. 29 • F-35310 Bréal-sous-Montfort - France
Tél. +33 (0)2 99 60 07 60 • Fax : +33 (0)2 99 60 08 42 • www.savena-group.com

Goûtez le!



FRAIS et SURGELÉ origine EQUATEUR.
CERTIFICATION GLOBALG.A.P. et BAP (Best Aquaculture Practices).
d'aquaculture DURABLE respectueuse de l'ENVIRONNEMENT.
douce grâce à notre élevage en EAU légèrement salée.

TROPICAL
AQUACULTURE EUROPE

www.eattilapia.com

laurent@eattilapia.com

+33 2 33 36 06 69

TRANSFORMER

Marinades

MARINADES NOUVELLE GÉNÉRATION...

Sous l'impulsion des fournisseurs d'ingrédients, de nouvelles saveurs enrichissent les fabrications et les gammes s'élargissent.

L'univers des marinades dépasse les traditionnels anchois et harengs. En quête d'innovation et de valeur ajoutée, les industriels proposent des produits nouveaux, à l'image des coquillages de Calodero ou des Suprêmes de thon du Grupo Lumar, deux propositions « marinées » qui concourent pour le prix d'élite lors du dernier Seafood de Bruxelles. Pour composer de telles recettes originales, ils doivent alors souvent travailler avec des sociétés comme Saveur, qui se présentent comme des « créateurs de goûts ». Créé en 1988 et aujourd'hui filiale du groupe Savena, ce fournisseur de produits alimentaires intermédiaires (PAI) propose des compositions aromatiques et culinaires. « L'innovation est en vogue dans les produits de la mer, indique Astrid Silvin, responsable technico-commerciale. Depuis 4 ou 5 ans, nous sommes très sollicités. Le marché se développe et est demandeur. »

Composée de chefs cuisiniers, d'aomaticiens et d'ingénieurs agronomes, Saveur offre une approche sur-mesure et crée des cahiers des charges en partenariat avec ses clients. Les produits développés sont utilisés dans de nombreuses applications industrielles, des produits de la mer aux snacks, en passant par la viande et les plats cuisinés. En produits de la mer, la société bretonne intervient notamment sur les crevettes et le saumon, deux poids lourds du secteur qui se sont diversifiés sur le segment des marinades.

Difficile d'intervenir sur des marinades classiques, généralement au vinaigre et peu aisées à aromatiser de manière naturelle. « Notre axe, c'est le naturel, sans additif ni conservateur, précise Meriem Krafess, responsable marke-

ting. C'est une tendance qui s'ancre chez les consommateurs. Il existe une volonté de ne pas masquer le goût du produit et une recherche de fraîcheur. »

C'est le cas, par exemple, pour l'offre « olive verte ». Référencée dans la gamme Fresh Touch, elle est composée avec un minimum de 40 % d'olives. En matière de marinade, la société propose deux types de produits. Les Fresh Touch sont des marinades liquides élaborées avec un peu de vinaigre. Tandis que les bases de marinade se déclinent en poudre à remettre en œuvre. « La formule finale peut être préparée par le client en rajoutant de l'huile, mais c'est un élément de moins en moins vendeur, diététique oblige, rappelle Astrid Silvin. Par contre, l'humidité du produit, pour les saumons fumés par exemple, peut suffire. On parle alors plutôt d'un enrobage. » Au client de définir ensuite si son produit prend l'appellation « mariné », laquelle est soumise à législation.

Crevettes, saumons, saint-jacques

Thym, citron, basilic, huile d'olive, romarin, citron... pour les brochettes de saint-jacques ou les carpaccios ; tomates, herbes aromatiques, épices pour les crevettes..., les saveurs 2010 sont déjà dans les rayons. Celles à découvrir en 2011 sont en cours d'élaboration. « Nous assurons une veille commerciale et marketing, précise Meriem Krafess. Les clients ont ensuite le choix entre 2 000 matières premières. Nous travaillons clairement à l'échelle industrielle. Au-delà du cahier des charges que nous élaborons ensemble en testant les goûts mais aussi les potentialités d'étiquetage, nos produits ont une faible teneur en sel et sont faciles à mettre en œuvre. » ■



Meriem Krafess, responsable marketing et communication (à gauche) et Astrid Silvin, responsable technico-commerciale de Saveur.

LE MELTING-POT DES MARINADES

Les moules en bocaux constituent un petit segment occupé par des opérateurs majeurs : Holland Shellfish, Scan Import, Scandinavian ou encore Prins & Dingemanse. Les crevettes en saumure représentent un autre petit marché, mais qui se réduit face à la progression des produits sous atmosphère modifiée, très marketés, qui a fait des bonds ces dernières années.

- Le ceviche est un véritable plat en Amérique du Sud. Composé de crevettes, de poulpes ou de poissons marinés au citron vert, il s'accompagne de coriandre, tomate et oignons émincés. Meralliance a eu l'idée d'en décliner dans sa gamme intitulée D'ici et d'ailleurs : ceviches de saumon à l'italienne et à la péruvienne, tranches marinées à l'huile d'olive, agrémentées d'aneth et de citron. L'entreprise propose aussi des carpaccios de thon (tranches marinées à l'huile d'olive et agrémentées de sauce pesto et de parmesan), des pavés de thon albacore mariné à la texane (piment du chili, poivron, tomate) et un pavé de saumon à la norvégienne (aneth et citron). D'autres, comme Mers et terroirs, déclinent des recettes de pangasius et de tilapia, dont des marinades à l'italienne.



EXTRAITS CULINAIRES | SAVEUR MITONNE LE HOMARD

Saveur a investi un million d'euros dans une production d'extraits culinaires de poisson et de crustacés destinés aux traiteurs de la mer.



en fournissant des solutions culinaires et aromatiques. L'entreprise intervient de plus en plus dans la conception des produits finis dont 25 % en traiteur de la mer (saumon, crevettes, tartinables...) en proposant des recettes et des approches marketing.

Bruno VAUDOUR

souvent issus de procédés d'extraction chimique ou enzymatique et leur goût n'est pas aussi fidèle que celui de nos produits », précise Meriem Krafess, responsable de communication du groupe Savena. Et Olivier Thomas, directeur commercial et marketing d'ajouter : « Tout est dans la marmite ! On cuit du poisson dont on extrait le jus. Cette matière première noble offre un atout supplémentaire en terme d'étiquetage pour nos clients ».

Les formulateurs de l'équipe R & D, épaulés par les chefs cuisiniers de Saveur, ont élaboré ensemble cette base totalement dépourvue de conservateurs, d'arômes, d'exhausteurs de goûts et de colorants. En revanche, la matière première se compose de chair de poisson ou de coffres de homard. Les Extraits

Culinaires Sign'Nature ® marines comprennent trois références : poissons blancs, homards et crustacés. Conditionné en seau, le produit fini se présente sous la forme d'une pâte de la consistance du miel. Le stockage entre 0 et 4 °C assure une DLUO de 6 mois. Sur le terrain du goût, le résultat est réel. L'extrait culinaire trouve toute sa place dans une soupe de poisson, une bisque, un plat cuisiné, une sauce ou encore une farce ou une terrine de la mer.

Saveur travaille exclusivement avec les industries agroalimentaires

Chiffres clés

Groupe Savena :

235 emplois dont **27** en R & D

66 millions de chiffre d'affaires

12 500 t d'ingrédients alimentaires

5 filiales : Saveur, Dena, Cap Traiteur, Laboratoire PYC, Nutrinal

VIVIERS DE LA MÉLOINE | TROIS MILLIONS D'EUROS INVESTIS

Les Viviers de la Méloine à Plougasnou (Finistère) ont inauguré fin mai des installations renouvelées et remises aux normes. L'investissement atteint 3 millions d'euros, dont 600 000 pour le seul atelier de cuisson. Sa surface est passée de 800 à 2 200 m². « Nous avons installé une ligne de cuisson de coquillages et de crustacés jusqu'à la mise sous atmosphère modifiée, explique Érik Vallée, directeur. Nous avons cependant conservé l'ancien matériel, avec les marmites, qui nous apporte de la flexibilité. Avec ce nouvel outil, nous voulons augmenter nos capacités de production et répondre à une demande de plus en plus forte pour les produits de libre-service, décortiqués et prêts à l'emploi. »



L'unité de cuisson est un élément clé de l'investissement.

Chiffres clés

40 salariés,

350 en fin d'année, chiffre d'affaires :

39 millions d'euros dont

14 millions sur le site de Plougasnou

Repris en 1997 par Intermarché, les viviers approvisionnent les magasins du groupe en coquillages et crustacés, cuits et crus. La production du site est de 3 200 tonnes annuelles dont 1 200 en produits cuits, 700 tonnes de crustacés vivants et 1 300 tonnes de coquillages vivants. Il s'y ajoute une activité de négoce de 5 600 tonnes qui consiste à rechercher des approvisionnements et à les livrer aux bases régionales d'Intermarché sans qu'ils passent physiquement par Plougasnou. Intermarché, à travers son armement Scapêche, a aussi inauguré le Zubernoa, chalutier de 24 mètres converti en caseyeur. Réalisée sous un cahier des charges de Pêche responsable, toute sa production de tourteaux est destinée à la Méloine.

J.L.M.