
OSTRAQUICK

Design

Vincent Tordjman

OSTRAQUICK

Société Ostraquick

Ce couteau a été créé suivant un nouveau procédé breveté qui permet d'ouvrir l'huître sans effort : il suffit d'introduire la lame métallique dans un trou préparé dans la coquille et bouché d'une petite pastille percée, puis de tourner le couteau pour sectionner le nerf. L'outil est réalisé en plastique injecté. Son très faible

coût de fabrication permet de le vendre avec une bourriche sans différence de prix notable, dans l'idée de faciliter et démocratiser la consommation des huîtres.

Couteau à huîtres

Distribution Auchan, plastique injecté et inox, 125 x 25 x 16 mm

REVUE DE PRESSE

[TOUTE L'INFO](#)[EVÉNEMENTS](#)[EDITIONS](#)[EMPLOI](#)[FORMATION](#)[DISTRIBUTEURS](#)[INDUSTRIELS](#)[MAGASINS](#)[EPICERIE-FRAIS](#)[BOISSON](#)[DPH](#)[MAISON](#)[PERSONNE](#)[MULTIMÉDIA](#)[FRANCHISE](#)[LSA TV](#)

Auchan invente une nouvelle façon d'ouvrir les huîtres

Le 06 novembre 1997

► Mots clés : Auchan

• **Le système d'ouverture facile Ostra Quick est la nouvelle perle d'Auchan pour ses huîtres moyennes de Vendée.** • **Une exclusivité pour concurrencer les huîtres cachetées de Casino et autres distributeurs.**

Après le fil et la cire alimentaire, voici le rivet d'Auchan ! En partenariat avec des ostréiculteurs vendéens et la société Musereau (propriétaire du procédé et conditionneur), l'enseigne lance en exclusivité une huître « prête à ouvrir » grâce à une sorte de rivet en plastique, inséré dans la coquille. C'est une clé, fournie avec la bourriche, qui permet - en la faisant tourner d'un demi-tour - de sectionner le muscle de l'huître pour l'ouvrir sans risque de se couper. Purement mécanique, le procédé - appelé Ostra Quick - est, aux dires d'Auchan, « le seul mécanisable et donc démocratisable ». Sans compter qu'une fois percées et rivetées, les huîtres peuvent être remises dans l'eau. Constituant ainsi un stock prêt à assurer les fortes ventes de la fin d'année.

Un objectif limité

Seules sont concernées, dans un premier temps, les huîtres moyennes de Vendée, vendues 34,95 F la douzaine. Ce qui fait tabler l'enseigne nordiste sur 120 à 150 tonnes d'huîtres commercialisées la première année, soit environ 2 millions d'unités, la capacité de production étant par ailleurs limitée. Par comparaison, Casino (qui a initié les huîtres cachetées à la cire alimentaire à sa propre marque) en a écoulé plus du double l'an passé ! Le procédé, breveté L'Ecaïl, a permis, tous circuits confondus, d'en vendre 1 100 tonnes. Le principe : meuler la coquille de l'huître à proximité du muscle et recouvrir l'entaille de cire alimentaire pour garantir l'étanchéité, juste avant son conditionnement. De façon à ne plus avoir qu'à enlever le cachet de cire, y introduire une lame de couteau et couper le muscle. Depuis, le système a encore été peaufiné. « Pour que les huîtres bâillent à leur guise, nous avons amélioré l'élasticité du paraffinage alimentaire, explique Bernard Laugraud, ostréiculteur de Marennes-Oléron, coinventeur de L'Ecaïl avec Alain Bizien, ostréiculteur de Carantec. Ce qui permet aujourd'hui de proposer la bourriche traditionnelle de 13 kg, en plus de la douzaine d'huîtres en barquette. »

La plupart des distributeurs - Casino, Continent et Carrefour en tête - présentent déjà sur leur étal les huîtres à ouverture facile. L'enseigne stéphanoise, seule à couvrir annuellement les bassins de Bretagne et de Marennes-Oléron, a fait de son huître cachetée le produit d'appel de son prospectus Coquillages. De même, une opération menée dans 40 magasins Carrefour proposait la variété Marennes-Oléron à 39,90 F le kilo, soit 25 F la douzaine !

Des spots TV pour 6,4 millions de francs

Les actions promotionnelles devraient continuer à se succéder jusqu'aux fêtes, ainsi que les campagnes publicitaires. A la récente vague nationale d'affichage Auchan répond par une série de spots télévisés du Comité national de la conchyliculture (CNC) et du Fonds d'intervention et d'organisation des marchés et produits de la mer (Fiom). Le montant global de l'enveloppe atteint 6,4 millions de francs. Et ce sans compter sur la réapparition du fil Fizz, annoncée par la Section conchylicole de Bretagne-Nord qui en détient la licence !

Cette course à l'ouverture facile s'inscrit dans un contexte de revalorisation de la filière. « Nous travaillons avec une cinquantaine de producteurs, dont certains depuis plus de trente ans, et assurons une traçabilité totale, du naissain jusqu'au magasin, sur diverses origines, toutes 100% françaises », explique Patrick Tota, responsable du développement poissons chez Carrefour.

De son côté, Auchan a développé les filières de production et a ainsi fait redécouvrir à ses clients les Perles vertes de Vendée ou les Huîtres extra d'Utah Beach, pour ne citer qu'elles. D'ailleurs, si les résultats d'Ostra Quick sont concluants, l'enseigne nordiste envisage une extension du système aux autres régions de production.