

# SERVICE GAGNANT !

**Sur un marché français des arts de la table légèrement en baisse, la vaisselle, dont fait partie le service de table, reste un produit apprécié des consommateurs. Pour autant, les habitudes d'achats évoluent et les tendances aussi. Revue de détail.**

■ Par/by Céline Vautard

**R**ecevoir et partager autour d'une table, voilà le programme convivial qui anime de nombreux foyers depuis la fin des confinements. Sur le marché français des arts de la table (hors internet) qui s'élevait en 2021 à 1,75 milliard d'euros HT, la vaisselle représente toujours une part importante des ventes à 708,6 millions d'euros en 2021 (-1,3 % versus 2019) avec des ventes à la hausse chez les détaillants indépendants (+5 %), dans les chaînes et franchisés (+20 %) ou encore en grandes surfaces (+4 %). Même les ventes en France des fabricants de vaisselle profitent d'une belle dynamique (+22 % ; source : Francéclat).

## DES QUANTITÉS MOINDRES

Au cœur de ce marché, le service de table est toujours populaire mais se réinvente pour mieux coller aux nouvelles attentes des consommateurs. « Les services de table restent un thème apprécié mais les pièces et le nombre d'articles d'un service ont changé au cours des dernières décennies parce que les besoins des consommateurs ont aussi évolué, confirment les équipes de Villeroy & Boch. Ainsi, nous voyons une nette tendance aux services plus petits en corrélation avec la taille réduite des ménages. Néanmoins, nous continuons à réaliser une grande partie de nos ventes avec des produits issus d'un service de table qu'on pourrait qualifier de "traditionnels". » Chez Degrenne, le constat se confirme : « Nous ressentons que les clients achètent moins de formes au démarrage et préfèrent désormais compléter au fil des années, assure Yvain Guezennec, chef de produit céramique. Cela nous conforte dans l'idée de pérenniser dans le temps certains services qui fonctionnent bien comme L Fragments et de les compléter avec des ajouts de couleur qui permettent de twistler le service et de le rendre toujours actuel les années passantes. »

Inviting guests and sharing food at the dining table: ever since lockdowns came to an end, many households have been enthusiastically welcoming people back into the home. The French tableware market (not including the internet) accounted for 1.75 billion Euros exclusive of taxes in 2021, with dishware accounting for a significant proportion of those sales – amounting to 708.6 million Euros in 2021 (-1.3% compared to 2019). Sales are up at independent retailers (+5%), chains and franchises (+20%) and also supermarkets (+4%). Even sales among dishware manufacturers are enjoying good growth (+22%; source: Francéclat).

## SMALLER QUANTITIES

Tableware is central to the market and continues to be popular – and is busy reinventing itself to better align with new consumer expectations. “Dinner services continue to be enjoyed by many, but in recent decades the pieces and number of items in a service have evolved as consumer needs also evolve, point out Villeroy & Boch. So we are seeing a net trend towards smaller services that correlate with smaller households.

We are still, however, continuing to achieve a large proportion of our sales with products from a dinner service that you would consider to be ‘traditional’.”

It is much the same story at Degrenne: “We are observing customers buying fewer different pieces to begin with and preferring to then add to the set over the years, points out Yvain Guezennec, head of ceramic products. It bolsters the strategy of keeping particular dinner services going over time, such as L Fragments, and then complementing them with added colour so that the service can be reappropriated to make it more up-to-date as the years go by.”



Collection Kaya I porcelaine. Chaque pièce est fabriquée individuellement à la main. Maomi. Prix public : à partir de 56 € pièce l'assiette. | Kaya I collection in porcelain. Each piece is individually handmade. Maomi. Price to the public: from €56 a piece for the plate.

# SERVICE WITH A SMILE!

**In a French tableware market that is slightly down, dishware – including dinner sets – continues to be popular with consumers. Even so, trends and purchasing habits are evolving. We take a closer look.**

**HAVILAND**  
LIMOGES FRANCE 1842



Collection Romane

[www.haviland.fr](http://www.haviland.fr)



La collection de vaisselle Kusintha de Bitz en verre teinté dans la masse s'inscrit dans une démarche caritative, visant à soutenir les populations défavorisées d'Afrique, en construisant et en fournissant des infrastructures dédiées au maintien de la scolarisation. Elle se marie parfaitement avec les autres collections en grès de la marque (Gastro and Wood). Prix public : à partir de 8,95 € la petite assiette. : The Kusintha dishware collection from Bitz in block-tinted glass is part and parcel of a charity-inspired initiative to support disadvantaged populations of Africa by building and supplying infrastructure dedicated to keeping children in school. It goes well with other sandstone collections from the brand (Gastro and Wood). Price to the public: from €8.95 for the small plate.

### PLUS DE BOLS ET DE SALADIERS

Moins de pièces donc, mais aussi des évolutions concernant les formes. « Sur le marché français, les achats concernant les services de table ont changé, fait remarquer Silke Evens, responsable du marketing chez Fine Dining & Living. Les clients achètent désormais trois, voire seulement deux assiettes au lieu de six. Ils prennent le minimum nécessaire pour la maison. En revanche, ce qui augmente, ce sont les saladiers, les bols et les buddha bowls pour les entrées, les salades et les bols de présentation. Cela s'explique par le fait que le principe de "partage", en particulier, est plus que jamais d'actualité. »

Un sentiment partagé par la Faïencerie de Gien : « Le segment "table", notre première catégorie en termes de ventes, reste relativement stable



Inspirés par le mix and match et ses collections archives, la Faïencerie de Gien a imaginé Les Dépareillés Bleus. Prix public : 108 € le coffret de 8 assiettes à mignardises. : Inspired by mix and match and its archive collections, Faïencerie de Gien has come up with Les Dépareillés Bleus. Price to the public: €108 for the set of 8 mini-pastry plates.

### MORE SALAD PLATES AND BOWLS

Fewer pieces in general, and changing preferences for the types of pieces: *In the French market, table service purchasing has changed*, remarks Silke Evens, marketing manager at Fine Dining & Living. *Customers these days are buying three or even just two plates rather than six. They are getting the minimum they need for the home. Things that are selling better though are mix bowls, salad bowls and buddha bowls for starter courses, and also presentation bowls and salad containers. That is explained by the 'sharing' principle in particular that is more current than it ever was.*

It is a sentiment shared by Faïencerie de Gien: *"The 'table' segment, our top category in terms of sales, remains relatively stable against a background of revenue growth for the Gien brand*, explains Nathalie Cesbron, communications and marketing director. *We sell more plates than anything, of course, especially dessert plates. But once again salad bowls, deep plates and small bowls are very much in at the moment.*" *Demand for deep dish pieces is significant these days, confirms Yvain Guezennec at Degrenne, The idea is to have a dish for sharing, be that a small or a large one. We offer these types of dishware as part of our contemporary dinner services, and we are gradually introducing them into our classic ones.*"

The cake stand is well and truly back at tea time, as is the sauce boat (notably a new model in white porcelain from Degrenne), mirroring Chefs in the same way as those in the kitchen of Arnaud Donckele.

### MISMATCHED COLOURS, TEXTURES AND PRODUCTS

The dinner service is clearly not short of inspiration, and is revamping itself to offer great energy in the store. A trend that is still going strong is that of the mix and match. *"Right now, it is about gaiety and colour, creating dinner tables that are creative and welcoming*, observes



Le consommateur privilégie les formes fonctionnelles et empilables à l'image de La Vaisselle de l'Économie, issue d'une collaboration entre Degrenne et Philippe Starck. Prix public à partir de 26 € (coffret bol droit et assiette). : Consumers are opting for stackable and functional shapes, rather like the dishware resulting from the partnership between Degrenne and Philippe Starck La Vaisselle de l'Économie. Price to the public from €26 (straight-side bowl and plate).

dans un contexte de croissance de chiffre d'affaires pour la marque Gien, explique Nathalie Cesbron, directrice marketing et communication. Ce sont bien entendu les assiettes que nous vendons le plus, en particulier celles à dessert. Mais, de nouveau, les saladiers, les coupes et les coupelles sont des pièces actuellement très plébiscitées. » « La demande pour des pièces creuses est importante aujourd'hui, confirme Yvain Guezennec chez Degrenne. En petit ou en grand format, l'idée est d'avoir un plat qu'on partage. Nous proposons ces formes sur nos services contemporains et nous les amenons également petit à petit sur nos classiques. »

Tandis que le serviteur fait son grand retour pour le tea time ou encore la verseuse (notamment un nouveau modèle chez Degrenne en porcelaine blanche) pour la sauce à l'image des chefs comme dans la cuisine d'Arnaud Donckelet.

## COULEURS, TEXTURES ET PRODUITS DÉPAREILLÉS

Visiblement pas en peine d'idées, le service de table se renouvelle donc et offre une belle dynamique en boutiques. L'une des tendances, toujours forte, est le mix and match. « L'heure est à la couleur, à la gaieté, aux tables chaleureuses et créatives, confie Nathalie Cesbron chez Gien. D'ailleurs il n'y a qu'à voir le succès que nous rencontrons avec le décor créé par Jean-Charles de Castelbajac. Avec l'environnement morose et anxiogène de l'actualité, les clients veulent créer une atmosphère conviviale, authentique pour leurs convives et leur offrir une vraie parenthèse de bonheur. La France est un marché mature pour les arts de la table. Il faut savoir innover et proposer des nouveaux usages. Les Dépareillés sont un moyen très amusant de rompre avec la table traditionnelle et classique. » Le style scandinave s'approprie également cette tendance



La collection NewMoon de Villeroy & Boch mise sur un design épuré et fonctionnel. Prix public : à partir de 16,90 € le petit bol blanc. The NewMoon collection from Villeroy & Boch highlights a clean-swept and functional design. Price to the public: from €16.90 for the small white bowl.

Nathalie Cesbron at Gien, *That much is obvious from the success we have enjoyed with the décor designed by Jean-Charles de Castelbajac. In an environment characterised by misery and anxiety-inducing situations, customers are keen to create an atmosphere for guests that is welcoming and authentic, offering them a real interlude of happiness. France is a mature market for tableware. You need to know how to innovate and how to offer up new usages. The collection Les Dépareillés*



## QUAND LA RESTAURATION INSPIRE LA FABRICATION

2023 a été l'année du partage et des tables décomplexées affirme une étude menée par TheFork et NellyRodì. La plateforme leader en matière de réservation de restaurants en Europe et l'agence internationale d'innovation et de créativité y ont révélé quatre grandes tendances food qui se transposent également en matière d'art de la table. De quoi prouver l'interaction entre contenu/décor et contenus.

### **1. Le besoin de renouer avec les traditions**

Les traditions et techniques du passé sont de retour dans le but de sauvegarder le savoir-faire, de faire renaître des méthodes de cuisine traditionnelles telles que la cuisson au feu (Brat à Londres, Braise à Paris) ou le retour de la cuisine indigène, de plus en plus valorisée en Californie. Côté service de table, la vaisselle valorise le lieu de fabrication, le côté authentique ou rustique, le fait-main et l'écoresponsabilité.

### **2. L'envie de partager**

Après la distanciation sociale, l'envie de partage se ressent à travers de grandes tablées. De plus en plus, les chefs tentent d'apporter une nourriture de qualité et à la portée de toutes les bourses et d'expériences à vivre en groupe. De la terre/mer à l'assiette, les foodies veulent savoir d'où viennent les produits, l'histoire des producteurs, des chefs, du plat, etc. L'expérience au restaurant est une histoire à raconter et, en 2023, ces histoires veulent être écoutées. L'auditoire devrait même devenir de plus en plus important autour d'histoires et de transmissions de valeurs. Sur la table, place à des contenants généreux, larges, creux, des plats à partager, un mix and match de vaisselles pour piocher gaiement.

### **3. L'envie de casser les codes**

La mode a trouvé dans la gastronomie l'opportunité de briller davantage grâce à des partenariats gastronomiques originaux, tels que la collaboration entre Dior & Jean Imbert, Patagonia Provisions ou Gucci Osteria & Massimo Bottura, ou encore l'ouverture de l'hôtel-restaurant de la youtubuse Léna Situations. De plus en plus de marques de luxe réhabilitent leurs espaces pour ouvrir des cafés ou des restaurants à l'image d'Armani ou Vuitton. Il y a aussi les collabs comme Gien et Castelbajac, Marni pour Serax... En parallèle, la frontière entre art et gastronomie se fait plus mince pour le plus grand plaisir de ceux en quête d'expérience exceptionnelle. Le dressage de la table ou de l'assiette sont des éléments qui traduisent la cuisine et l'univers d'un chef. L'esthétique ne cessera d'être importante dans le secteur de l'alimentaire et de la gastronomie, surtout à l'heure des réseaux sociaux toujours en quête de lieux et de plats instagrammables.

### **4. La quête de performance**

La protection de l'environnement est devenue une priorité. La technologie et la science n'ont jamais été autant remises en cause, menant à l'accélération des innovations notamment dans le secteur de la gastronomie. L'art de la table suit le mouvement : cuisine connectée, conservation des aliments, matériaux écoresponsables et durables...

## RESTAURANT DINING AS AN INSPIRATION TO MANUFACTURERS

2023 has been a year of sharing and of the deconstructed dining table, reveals a survey carried out by TheFork and NellyRodì. The leading restaurant reservations platform in Europe and the international creativity and innovation agency have set out four major food trends in that survey – trends that are transposed to the realm of tableware thereby demonstrating the interaction between content/décor and contents.

### **1. A need to reconnect with tradition**

The traditions and rituals of the past are back, the idea being to safeguard expertise and rekindle traditional cooking methods (Brat in London, Braise in Paris) as well as enjoy a return to indigenous cooking - increasingly salient in California. As far as dinner services are concerned, dishware makes much of the role of the manufacturing, the authentic and rustic element, and also handmade and eco-responsible goods.

### **2. A wish to share with others**

In the wake of social distancing, the wish to share food is making itself felt via large gatherings around the table. Chefs are increasingly tending to bring high-quality food to the table that is accessible to all wallets, alongside the experience of spending time together. From the surf/turf to the plate, foodies want to know where their food is coming from, the story of the producers, the Chefs and the dish among other things. A visit to a restaurant is a story that people like to tell – and in 2023 these stories are of interest to people. The audience is likely to become even more important as values are transmitted and stories are told. The emphasis at the dining table is on containers that are wide, deep and generously sized, including sharing plates and dishware that is mixed and matched to enhance the enjoyment of picking and choosing the food.

### **3. An interest in breaking free**

In gastronomy, fashion has come across a fantastic opportunity to shine thanks to original gastronomic partnerships such as the one between Dior & Jean Imbert, Patagonia Provisions and Gucci Osteria & Massimo Bottura, and also the opening of the hotel-restaurant by the YouTuber Léna Situations. More and more luxury brands are revamping their spaces to open cafés and restaurants, including Armani and Vuitton, and there are also partnerships such as Gien and Castelbajac, and Marni for Serax. Alongside those initiatives is an increasingly blurred frontier between art and gastronomy, to the delight of those seeking an extraordinary experience. A Chef's world and output can be translated across elements such as the plate, and the way the table is laid. Aesthetics will continue to matter in gastronomy and food ingredients, particularly at a time when social media networks are continuing to be on the hunt for Instagrammable dishes and venues.

### **4. A quest for particular specifications**

Environmental preservation has become a priority area. Never have science and technology been so much under the spotlight, leading to the acceleration of innovations – particularly in the gastronomy sector. Tableware is in the slipstream of that: connected kitchens, food preservation, and sustainable and eco-responsible materials.



RITUALI  
DOMESTICI



SCAN THE QR CODE  
FOR THE SS24  
CATALOGUE

ritualidomestici.com  
@f

The home decor brand for an ever-more  
personal and customised home.  
A world of hand-crafted and quality design creations  
expressing a contemporary taste.

**MAISON&OBJET | Hall 4 | Stand H54**



La gamme Line de Fine2Dine est composée de nombreux plats et bols ronds et rectangulaires en porcelaine hautement durable pour un repas convivial. Prix public : à partir de 3,95 € le pot à sauce. ▶ The Line range from Fine2Dine comprises various round and rectangular bowls and plates made of porcelain that is very sustainable, ideal for meals where people get together. Price to the public: from €3.95 for the sauce pot.



Avec son abondance de couleurs, d'imprimés végétaux et de vibes positives, la collection Feast en grès du chef anglo-israélien Yotam Ottolenghi conjugue les envies de convivialité du moment. Serax. Prix public : à partir de 16,50 € l'assiette. ▶ With its abundance of colours, positive vibes and vegetable prints, the Feast collection in sandstone from the Anglo-Israeli Chef Yotam Ottolenghi brings to the fore people's interest in getting together. Serax. Price to the public: from €16.50 for the plate.

mix&match, avec la marque Bitz « qui propose une riche palette colorielle en grès et en verre pour des tables lumineuses et uniques », ajoute Maryse Petitpas, brand activation manager chez F&H. Vu dans de nombreuses collections, le jaune semble également être la couleur qui monte, valorisant à table des matériaux naturels comme le grès, le bois, la pierre et le laiton qui apportent une touche design. Les textures sont également très recherchées donnant une touche rustique ou plus authentique à une table (collection Corail chez Joe Sayegh,



© Julien Artières  
La collection Corail en céramique chez Joe Sayegh propose des pièces fruit d'un savoir-faire indonésien avec un extérieur structuré mat et un intérieur lisse brillant. ▶ The Corail collection in ceramic from Joe Sayegh offers pieces that are the fruit of Indonesian expertise, with a structured matt exterior and a brilliant smooth interior.



Découvrir en janvier 2024, la collection Eau de Zone Denmark se veut minimalist, en écho à l'ADN de la marque, pour composer des tables conviviales au charme à l'état pur. En porcelaine couleur crème, la série comporte les essentiels de la table mais s'affranchit du dressage conventionnel pour passer en mode buffet, apéritif ou dîner improvisé. Chaque pièce est empilable, avec une double fonctionnalité pour les assiettes plates, servant de couvercles aux bols et assiettes creuses. Prix publics : de 6,95 € à 32,95 €. ▶ The Eau de Zone Denmark collection that comes out in January 2024 seeks to be a collection that is minimalist, in line with the brand's DNA: ideal for putting together a welcoming dinner table that has a pure, uncluttered charm to it. The pieces are of cream-coloured porcelain and include dining table essentials that also cut loose from conventional dining tables eliding into buffet mode, or improvised dinner or aperitif mode. Every piece is stackable with dual functionality for flat plates that can be used as covers for bowls and deep dish plates. Prices to the public: from €6.95 to €32.95.

*is a really fun way of moving away from the traditional classic dining table.* The Scandinavian style has also appropriated that mix&match trend with the Bitz brand *“that offers a rich colourful palette in stoneware and glass, creating a luminous and unique table,”* adds Maryse Petitpas, brand activation manager at F&H. Yellow is a colour that is going up in the world and can be seen in a number of collections, setting off natural materials at the table such as sandstone, wood, glass and brass delivering a designer touch to the table.

18-22  
JAN. 2024

MAISON 30 & OBJET PARIS  
*years*

#MAISON  
ETOBJET

TECH 12  
EDEN

CREATIVITY, INNOVATION, SUSTAINABILITY & BUSINESS | [WWW.MAISON-OBJET.COM](http://WWW.MAISON-OBJET.COM)

collection Supernature chez Degrenne). « Sur les assiettes mais également sur les couverts, les textures et autres décors représentent une tendance qui s'intensifie », conclut Yvain Guezennec chez Degrenne. Le service promet bien des possibilités. ●

## Côté couverts Cutlery



Marbrure ambre et brune et décor tacheté sur la table avec ces couteaux de table Jean Dubost Laguiole façon écaille de tortue (manche acrylique). Jean Dubost. 265 € les 6. ▶ Amber and brown marbling and flecked décor at the table with these Jean Dubost Laguiole table knives in a tortoiseshell style (acrylic handle). Jean Dubost. €265 for the 6.



Surprise garantie avec ces couteaux imaginés par Jean-Michel Wilmotte pour Forge de Laguiole avec de flamboyants manches en Dacryl multicolores. Prix public : 594 €. ▶ Surprise guaranteed with knives designed by Jean-Michel Wilmotte for Forge de Laguiole with flamboyant multi-coloured Dacryl handles. Price to the public: €594.

Textures are very much sought after to give a rustic or more authentic touch to the dining table (for example, the Corail collection at Joe Sayegh, and the Supernature collection at Degrenne). “Textures and other decors account for a trend that is intensifying,” comments Yvain Guezennec at Degrenne. The dinner set is certainly full of promise. ●



Liner, nouveaux couverts conçus par Corin Mellor, chez David Mellor. Une interprétation moderne du glamour du début du XX<sup>e</sup> siècle et un design inspiré du travail de l'orfèvre Robert Godden. Prix public : 132,25 € le service 6 pièces. ▶ Liner, new cutlery items designed by Corin Mellor, at David Mellor. A modern interpretation of 20<sup>th</sup> century glamour and a design inspired by the work of silver and gold jeweller Robert Godden. Price to the public: €132.25 for the set of 6 pieces.



Laguiole en Aubrac joue avec la lumière avec le couteau de table Quotidien dont les lignes épurées se conjuguent avec une lame titane à la couleur changeante selon son exposition à la lumière. Manche en Paperstone. Prix public : 388,50 € le coffret de 6. ▶ Laguiole en Aubrac toys with light, via the Quotidien table knife whose clean-swept lines go perfectly with the titanium blade whose colour changes in line with its exposure to light. Paperstone handle. Price to the public: €388.50 for the set of 6.



Un air de campagne sur la table avec les couverts Bistrot tartan chez Sabre Paris, avec des alliances de tons profonds tels que le rouge grenat et le vert sapin. Prix public : 55 € le set 4 pièces. ▶ A countryside feel at the table with Bistrot tartan cutlery from Sabre Paris, a blend of deep tones such as garnet red and pine green. Price to the public: €55 for the set of 4 pieces.