

PÂTISSERIE : DE LA PULSION PANDÉMIQUE À UNE TENDANCE DURABLE ?

L'essor fulgurant de la pâtisserie maison pendant la pandémie de covid-19 s'est transformé en une passion durable, stimulant l'innovation et la demande d'ustensiles de cuisine de haute qualité soucieux de l'environnement et de la santé des consommateurs. Comment les marques appréhendent-elles ces tendances et s'adaptent-elles en conséquence pour continuer à prospérer dans le monde en constante évolution de la pâtisserie maison ?

■ Par/by Astrid Briant

Si les confinements successifs semblent déjà appartenir au passé, ils ont laissé une empreinte indélébile dans nos mémoires.

Face à l'incertitude et aux restrictions, de nombreux foyers français ont trouvé refuge dans leur cuisine.

Loin d'être une simple distraction, la pâtisserie s'est imposée comme une véritable thérapie antimorosité. Recettes d'enfance oubliées, grands classiques ou créations complexes et techniques, la pâtisserie a offert à chacun un exutoire et une source de satisfaction. Elle nous a permis de nous reconnecter à des gestes simples et ancestraux, tout en ravissant nos papilles gustatives avec de nouvelles saveurs et techniques.

Cet élan de créativité culinaire n'a pas échappé aux chefs. Nombreux sont ceux qui ont profité de la période pour partager leurs recettes et leurs astuces avec le grand public sur les réseaux sociaux. On se souvient notamment des recettes "anti-déprime" de Cyril Lignac, qui, chaque soir sur M6, nous invitait dans sa cuisine pour réaliser un gâteau roulé aux noisettes, des cookies ou d'autres gourmandises, rassemblant parfois plusieurs millions de téléspectateurs impatients de connaître les secrets de leur chef préféré.

Plus qu'une simple tendance, cet engouement pour la pâtisserie pendant les confinements a révélé une appétence profonde pour le partage et le plaisir des sens. Il a également mis en lumière l'importance de la

Successive lockdowns appear to be a thing of the past now, but they have certainly left a permanent mark on our memories. In the face of uncertainty and restrictions, a lot of French households found refuge in their kitchen.

Far from being a mere distraction, baking has established itself as a form of therapy to counter feelings of gloom. Baking acts as a release for everyone and is a source of pleasure too, bringing up half-forgotten childhood recipes, great classics, and creations that might be complex or highly accomplished. It is an opportunity for everyone to reconnect with a more simple way of life that is closer to how our ancestors lived, while also thrilling the taste buds with new flavours and techniques.

The surge of interest in culinary creativity has certainly not escaped Chefs, many of whom took advantage of lockdowns to share recipes and tips with the general public via social media. French people will remember Cyril Lignac's 'anti-depression' recipes that invited viewers every evening on the French TV channel M6 to make a rolled cake with nuts, cookies and other culinary delights – there were times when tens of thousands TV viewers could hardly wait to learn more about the secrets of their favourite Chefs.

The enthusiasm for baking during lockdowns was more than a mere trend – it revealed a huge appetite for sharing and indulging the senses.

BAKING: PANDEMIC-DRIVEN, OR A LASTING TREND?

The explosive growth in home baking during the covid-19 pandemic has now become an enduring passion, stimulating innovation and a demand for high-quality kitchenware that takes into account consumer health and the environment. How might brands deal with those trends and then adapt their business so that they can continue to prosper in the constantly evolving world of home baking?

Guardini

Le plaisir italien de cuisiner



Lékué enrichit sa gamme d'ustensiles à pâtisserie avec une collection de 9 moules en acier carbone antiadhésifs en métal au revêtement céramique. Poignées antidérapantes en silicone platine pour une prise en main sûre. Prix publics : de 14,90 € à 19,90 €. Lékué has enriched its baking utensil range with a collection of 9 moulds made of non-stick carbon steel in metal with ceramic coating. Anti-slip handles of platinum silicon for a safe grip. Prices to the public: from €14.90 to €19.90.

cuisine comme vecteur de lien social et de bien-être, bien au-delà de la simple nécessité de se nourrir.

Pour le plus grand bonheur des acteurs du secteur, cette appétence pour la pâtisserie maison s'est traduite par une forte demande en ustensiles de cuisine. Moules à gâteaux et à muffins, fouets et batteurs, spatules et raclettes, bocaux et contenants de conservation, décos et ustensiles pour glaçage... Le trafic sur les sites e-commerce dédiés a explosé et les rayons des magasins spécialisés ont été pris d'assaut en click and collect. Florence Christophe, responsable commerciale chez Patisse France, dresse un constat sans équivoque : « La période des confinements a été marquée par un engouement insolent pour la pâtisserie. Face à la fermeture soudaine des commerces non essentiels, les Français se sont tournés vers la cuisine, et plus précisément vers la pâtisserie, pour trouver du réconfort et exprimer leur créativité. Cet engouement s'est manifesté de manière fulgurante. En quelques heures, et après l'effroi généré par la fermeture soudaine des boutiques, tout le monde est devenu boulanger-pâtissier. Les plateformes de click and collect ont été submergées de commandes, et les sites internet spécialisés dans la pâtisserie ont connu un trafic exponentiel. »



XBake

XBake, la nouvelle collection de moules à four à faible impact environnemental.

XBake, une innovation majeure dans la cuisson avec une nouvelle collection de moules à gâteaux et plats à four à faible impact environnemental et sans substances perfluorées. Réalisée en acier certifié XCarb® issu d'une production spécialement conçue pour réduire les émissions de CO₂. Un nouvel anti adhérent innovant exempt de composés chimiques perfluorés/PFAS free et renforcé avec de particules céramiques.

Guardini, une longueur d'avance.



UNE THÉRAPIE GOURMANDE ET FÉDÉRATRICE SUR LE LONG TERME

La fin des restrictions sanitaires et le retour à une vie plus normale ont entraîné une baisse de la demande pour certains produits de cuisine, notamment les ustensiles à pâtisserie. Les consommateurs, retrouvant leurs habitudes de sorties et de restauration, consacrent désormais une partie de leur budget à d'autres loisirs et activités. De plus, la reprise des voyages, malgré un contexte géopolitique et économique tendu, influence également les comportements d'achat.

Pourtant, face à l'inflation galopante, à la guerre en Ukraine, à l'instabilité politique et à un avenir incertain, la pâtisserie maison semble conserver son attrait. Elle représente pour beaucoup une activité refuge, un moment de plaisir et de réconfort dans un monde anxiogène.

C'est ce paradoxe que vivent actuellement les fabricants et distributeurs d'ustensiles à pâtisserie. D'un côté, ils observent une baisse de la demande liée à la conjoncture actuelle. De l'autre, ils constatent un intérêt persistant pour la pâtisserie maison, notamment chez les jeunes générations et les familles.



Robot pâtissier multifonction Evergreen, série Design, chez KitchenAid. Livré avec un bol de 4,7 l en bois de noyer (vernis protecteur à l'intérieur), un fouet, un batteur plat, un crochet pétrisseur en acier inoxydable. Prix public : 999 €. Evergreen multifunctional stand mixer from the Design series at KitchenAid. Comes with a 4.7l walnut wood bowl (protective varnish on the interior) as well as a whisk, a flat beater and a kneading hook made of stainless steel. Price to the public: €999.



Cerle à gâteau professionnel Tondo Clip (H 10 x ø 16 cm) chez Gefu. Astucieux, son clip breveté s'adapte à la taille de la préparation et garantit une cuisson parfaite : il est en effet réglable en continu pour les gâteaux et les cupcakes de 16 cm à 30 cm de diamètre. Acier inoxydable résistant à la chaleur jusqu'à 300°C. Prix public : 28,90 €. Garantie : 20 ans. Également disponible en version H 15 cm. Tondo Clip professional cake ring (H 10 x ø 16 cm) from Gefu. The handy patented clip can be adjusted to suit the size of the dish, and it guarantees an impeccable cooking outcome – it can basically be continually adjusted for cakes and cupcakes with a diameter from 16cm to 30cm. Stainless steel and heat resistant up to 300°C. Price to the public: €28.90. Guarantee: 20 years. Also available in a 15cm high version.



Dans la gamme des ustensiles perforés de De Buyer, le moule à cake rectangulaire à fond amovible et la plaque de cuisson. Prix public : à partir de 51,40 € le moule, 57,70 € la plaque. The rectangular cake mould with detachable base and cook tray is from the range of perforated baking items from De Buyer. Prices to the public: from €51.40 for the mould, €57.70 for the tray.

It also shone a light on the importance of cooking as a vector of well-being and socialising that goes well beyond the simple need to eat food. Players in the sector were certainly delighted with the appetite for home baking that translated into strong demand for kitchenware - including cake and muffin moulds, whisks and mixers, spatulas and raclettes, jars and preservation containers, and icing decorations and utensils. Traffic to specialist e-commerce sites went through the roof, and the shelves of specialist stores were positively ransacked with click-and-collect buyers. The marketing manager at Patisse France, Florence Christophe, was crystal clear about one thing: *"The lockdown periods were marked by incredible enthusiasm for baking. The abrupt closure of non-essential businesses meant that French people came into the kitchen, more specifically came into making things in the kitchen, to find solace and to express their creativity. The enthusiasm manifested itself in a dazzling way – in just a few hours, and following the fear that was generated by the sudden closure of shops, everyone became a baker and patisserie Chef. Click-and-collect platforms were inundated with orders, and specialist baking websites saw exceptional levels of traffic."*

FOOD THERAPY THAT BRINGS PEOPLE TOGETHER IN THE LONG TERM

As health-related restrictions came to an end and normal life returned, demand dropped for some kitchen items – particularly bakeware. Consumers got back into the habit of going out and eating at restaurants, and began to allocate some of their budgets to other hobbies and activities. What's more, when travelling became doable again, buying habits were influenced – notwithstanding a tense economic and geopolitical situation.

ANKARSRUM



Robot pâtissier

ANKARSRUM Assistent

ça continue !

Contactez-nous pour en savoir plus

info-fr@ankarsrum.com | ankarsrum.com/fr



Les moules flexibles en silicone de Mastrad (M&Co) sont équipés de poignées rigides garantissant leur tenue et facilitant la manipulation. Garantis à vie, ils se déclinent dans de multiples formes. Prix public : 29,90 € le moule à kouglof. *The flexible silicone moulds from Mastrad (M&Co) have rigid handles for a perfect grip and easy handling. They come in various shapes and have a lifetime guarantee. Price to the public: €29.90 for the kouglof mould.*

Gefu, marque allemande renommée pour ses ustensiles de cuisine ingénieux et de haute qualité, s'est imposée, elle aussi, comme un allié précieux pour les amateurs de pâtisserie durant la pandémie. En effet, la marque propose depuis plus de 80 ans une large gamme d'outils et d'accessoires spécialement conçus pour faciliter la réalisation de toutes les créations sucrées, des gâteaux moelleux aux macarons délicats. Parmi ces incontournables, on retrouve notamment une grande variété de moules de différentes formes et tailles pour créer des gâteaux, des tartes, des quiches, des muffins et des cupcakes parfaits, des moules à charnière pratiques pour un démoulage facile, des moules à manqué traditionnels et des moules à cake individuels pour des portions gourmandes. « *Chez Gefu, nous observons une tendance encourageante pour les ustensiles à pâtisserie. Si le volume de vente a connu une baisse ces deux dernières années, il est important de noter que ce phénomène n'est pas spécifique à ce segment de produit. De plus, les chiffres du premier semestre 2024 sont prometteurs, indiquant un retour au niveau de 2021. On touche du bois* », se réjouit Tobias Mautner, export manager chez Gefu.

Une vision partagée chez De Buyer. « *Il n'y a pas de baisse d'activité. Depuis la pandémie, nous sommes tous dans une sorte de marasme et tout le monde recherche des sources de bien-être, la pâtisserie demeure pour bon nombre une sorte de "doudou". Le sucre c'est réconfortant, et la pâtisserie c'est épanouissant* », analyse Sophie Hesse, directrice marketing et communication de la marque presque bicentenaire. Si la pandémie a donné un coup d'accélérateur à la pratique de la pâtisserie maison, il semblerait que cette tendance ne soit donc pas prête de s'essouffler.

UN BESOIN DE PERFORMANCE

Toutefois, les aspirations évoluent. Les consommateurs, désormais plus aguerris, recherchent avant tout des ustensiles de qualité et performants pour sublimer leurs créations culinaires. Depuis plus de 200 ans, De Buyer forge des ustensiles de cuisine de haute performance destinés aux chefs professionnels.

L'iconique bol mélangeur Margrethe de Rosti (F&H Group) se décline également dans une version acier, satiné et graduée à l'intérieur, brillante à l'extérieur. Prix public : à partir de 34,95 € (0,5 l). *The iconic Margrethe mixing bowl from Rosti (F&H Group) is also available in another version: steel, satinated and with markings on the interior, and brilliant on the exterior. Price to the public: from €34.95 (0.5l).*



Le plat cœur For You de Peugeot a été conçu pour célébrer toutes les occasions ainsi que pour l'offre cadeau. Il est doté de la garantie céramique de la marque : recettes cuites à cœur, émail lisse pour un démoulage facilité, garanti 10 ans, fabriqué en France avec une pâte céramique d'origine naturelle. Prix public : 32,90 € le grand format (1,7 l ; 4 à 6 personnes) ; 32,90 € le duo de plats individuels (350 ml). *The For You heart-shaped dish from Peugeot was designed to celebrate any occasion, as well as being a gift offering. It features the brand's ceramic guarantee: dishes cooked in a heart shape of smooth enamel for easier turning out, 10-year guarantee, made in France with natural-origin ceramic paste. Price to the public: €32.90 for the large format(1; 7l; 4 to 6 people); €32.90 for the duo of individual dishes (350 ml).*

Home baking does, however, appear to have retained its appeal in the face of runaway inflation, a war in Ukraine, political instability and an uncertain future. For many it is a refuge - a space to enjoy yourself and take comfort in an anxiety-inducing world. It is exactly that paradox that bakeware manufacturers and distributors are experiencing: on the one hand, they are seeing a drop in demand related to the current situation, while on the other hand they are also seeing persistent interest in home baking, particularly among the younger generation and families.

Gefu, the German brand acclaimed for its ingenious and high-quality kitchenware, also set out its stall as a valued ally to baking enthusiasts during the pandemic. For over 80 years, the brand has been selling a wide range of tools and accessories specially designed to make it easy to create all kinds of sweet dishes, from soft crumbly cakes to delicate macaroons. Among the must-have items is a wide variety of moulds of all shapes and sizes for making perfect cakes, tarts, quiches, muffins and cupcakes as well as handy hinged moulds for an easy turnout, traditional springform cake tins, and individual cake moulds for gourmet portions. « *Here at Gefu, we are seeing an encouraging tendency for people to use baking utensils. Sales have been down in the past two years, but it is important to remember that the phenomenon is not restricted to that product segment. What's more, figures for the first half year of 2024 look promising, suggesting a return to 2021 levels. Touch wood* » says a pleased Tobias Mautner, export manager at Gefu.

That vision is shared by De Buyer. « *There's no downturn in activity. Since the pandemic, we have been in something of a slump and everyone is looking for wellbeing. Baking continues to be a sort of comfort blanket for people. Sugar is a comforter, and baking is fulfilling,* » analyses Sophie Hesse, marketing and communications director of the near-bicentenary brand.

The pandemic certainly put the pedal to the metal on home baking – but the trend shows no sign of running out of steam.



NOUVEAU!

Boîte rectangulaire haute en verre,
avec couvercle en verre



Depuis le 1er janvier 2024,

tous les ménages français doivent disposer d'une solution leur permettant de trier leurs déchets biodégradables.

pébbly

le mentor de votre **déco-éco-cuisine**



Préparer



Conserver



Recycler



Transporter

Retrouvez-nous sur le stand La Brigade De Buyer n°F76-G75 Hall 4.
pebbly.fr

pebbly

LB
LA BRIGADE
DE BUYER

Cette quête d'excellence se traduit par des produits robustes, durables et ingénieusement conçus, répondant aux exigences les plus élevées. La marque qui, il y a 20 ans, a ouvert ses portes aux passionnés de cuisine exigeants, en proposant ses produits dans un réseau de détaillants spécialisés, constate une demande croissante d'ustensiles de qualité qui permettent de reproduire les gestes des chefs à la maison. « Aujourd'hui, De Buyer est reconnu comme un "category captain" dans le jargon marketing, c'est-à-dire une marque leader et incontournable sur son marché. Il n'y a pas un détaillant spécialisé qui n'en dispose pas dans ses rayons. La présence de ses produits dans les cuisines des chefs les plus renommés et l'engouement des cuisiniers amateurs en font une référence incontournable pour tous ceux qui recherchent la performance et l'excellence en cuisine. Cela vient du fait que nous avons toujours été innovant. Je pense par exemple au cercle inox perforé qui est désormais tombé dans le domaine public, mais dont la technologie Air System a été brevetée. Ils connaissent toujours un grand succès en ce qu'ils offrent une efficacité accrue dans la cuisson d'une pâte. Nous avons d'ailleurs développé récemment une version très haute pour répondre au retour du flan pâtissier. Nos équipes de R&D les ont toujours



Nouveau moule 12 marguerites Silpat (maison Demarle), pour réaliser des gâteaux, des mousses ou des chocolats. Chaque marguerite se démoule facilement, préservant sa forme élégante et raffinée. Dimensions : 400 x 300 mm ; 12 empreintes (\varnothing 70 x H 200 mm). Ne pas mettre en contact avec une source directe de chaleur (gril, plaque chauffante, flamme, résistance du four). Température maximale supportée : 260°C. [New mould for 12 margueritas from Silpat (maison Demarle) for making cakes, mousses and chocolate dishes. Each marguerite is easily turned out and retains its elegant and elegant shape. Dimensions: 400 x 300 mm ; 12 marks (\varnothing 70 x H 200 mm). Do not place in contact with a direct heat source (grill, hot plate, flame, oven heating element). The highest supported temperature is 260°C.]

A NEED FOR PERFORMANCE

Aspirations evolve, however. Consumers are more seasoned these days and are looking first and foremost for high-quality and high-performance tools to sublimate their culinary creations.

De Buyer has been forging high-performance cookware for use by professional Chefs for over 200 years. That quest for excellence manifests itself in the production of things that are robust, durable and ingeniously designed and that respond to the most exacting requirements. It was 20 years ago that the brand opened its doors to high-need cooking enthusiasts when it started offering its products for sale via the specialised retailer network, having noted a growing demand for good quality kitchenware that people could use to emulate what Chefs were doing, and reproduce it in their own home.

"These days, De Buyer is recognised as a 'captain category' as they say in marketing jargon – in other words, a leading brand that occupies a critical position in the marketplace. No specialist retailer would fail to have De Buyer products on their shelves, and De Buyer is a critical reference point for anyone looking for performance and excellence in the home precisely because De Buyer products can be found in the kitchens of the most highly acclaimed Chefs, and because home cooks are so keen on them. That came about because we have always been innovative. I can think of an example of that: the perforated stainless steel circle that has now landed in the public domain, whose Air System technology is patented. It continues to enjoy great success insofar as it delivers enhanced effectiveness in cooking pastry dishes. We've also recently developed a very high-end variant as a response to the return of the patisserie flan. Our R&D people have always designed products alongside Chefs – and that's exactly what consumers are looking for these days. People want professional-level quality - and that means expertise, precision and performance," points out Sophie Hesse.



Le catalogue de Steel Pan prend de l'ampleur avec le lancement de 11 références : des moules à manqué à bord haut (\varnothing 20, 24, 28 et 32 cm ; prix public à partir de 19,50 €) ; une plaque à pâtisserie 35 cm (prix public : 33,90 €) ; des couvercles rectangulaires (25, 30, 35 et 40cm) et carrés (32 et 36 cm ; prix public à partir de 19,90 €). Pour rappel, la marque propose des moules et des plats à four en inox 18/10 doté d'un fond "micromoulé" conférant des propriétés antiadhésives naturelles. Distribution France : Malis. [The Steel Pan catalogue has expanded with the launch of 11 items: high-edge moulds that turn out (\varnothing 20, 24, 28 and 32 cm; prices to the public from €19.50); a 35cm patisserie tray (price to the public: €33.90); rectangular lids (25, 30, 35 and 40cm) and square ones (32 and 36 cm; prices to the public from €19.90). The brand sells moulds and oven trays made of 18/10 stainless steel with a 'micromoulded' base conferring natural non-slip properties to the item. France distribution: Malis.]



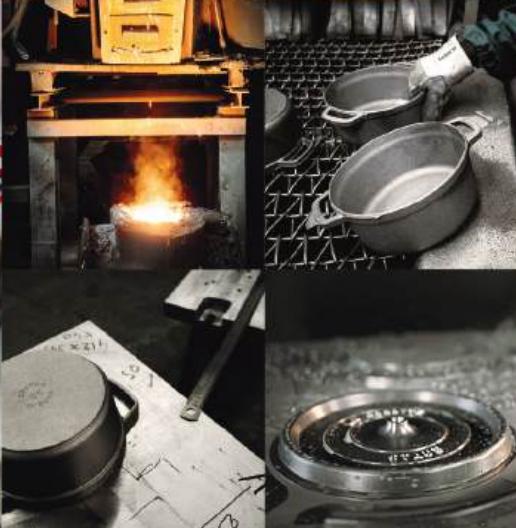
50 ans de passion

Découvrez l'univers Staub



50 ans d'inspiration

Découvrez l'univers Staub



50 ans de savoir-faire

Découvrez l'univers Staub

50 ans d'Émotion & d'Amour

MADE IN
FRANCE



conçus avec des chefs et c'est exactement ça que les consommateurs recherchent aujourd'hui. De l'expertise, de la précision, de la performance : ils veulent de la qualité professionnelle », rappelle Sophie Hesse. Une vision partagée chez Gobel : « Les ventes se maintiennent à un haut niveau. Le grand public a besoin de s'équiper de produits durables, nous le ressentons fortement. Il y a une véritable évolution de la consommation vers des produits de qualité, et plus encore de qualité professionnelle, ce qui est notre cœur de métier. Le grand public vient à nous car Gobel est une marque française référence et institutionnelle de la boulangerie-pâtisserie. 2024 est marquée par le lancement de nombreuses nouveautés, notamment notre gamme de douilles à pâtisserie professionnelles en inox. Gobel renforce également son engagement environnemental en faisant le choix de passer ses moules antiadhérents en sans PFAS, sans modification de leurs propriétés antiadhérentes de haute qualité », observe Christelle Carthonnet, responsable marketing produit du groupe Louis Tellier, et de Gobel en particulier.

Une quête de performance à laquelle Gefu entend aussi répondre. « Cet engouement pour la pâtisserie maison nous a incités à développer de nombreuses innovations ces deux dernières années, répondant ainsi aux attentes des consommateurs en quête de praticité et de performance, explique Tobias Mautner. Parmi nos nouveautés phares, on retrouve le fouet danois, idéal pour les pâtes lourdes et fermes, qui facilite considérablement le travail du pâtissier. Nous avons également développé des saladiers dotés d'un couvercle hermétique pour éviter les éclaboussures lors du mélange des préparations. Dans le souci de répondre à l'engouement pour les solutions durables, nous avons également lancé un tapis de cuisson réutilisable jusqu'à mille fois, une solution alternative écologique et économique au papier sulfurisé. »

La quête de performance des consommateurs, associée à leur montée en expertise, se traduit par des demandes de conseil de plus en plus pointues en magasin. Pour répondre à ces attentes exigeantes, les marques doivent impérativement s'assurer que leurs produits soient parfaitement maîtrisés par les détaillants.

ÉCORESPONSABILITÉ, DURABILITÉ EN TÊTE DES PRÉOCCUPATIONS

Sophie Hesse en est persuadée : cette quête de qualité et de performance va de pair avec un intérêt croissant pour les ustensiles fabriqués avec des matériaux durables et sains. « L'offre produit de De Buyer, dans la moulerie notamment, propose des réponses à cela. Nous avons complété, depuis la pandémie, notre catalogue avec des mouleries en



Let's Bake ! Woll donne le ton avec sa collection de moules à pâtisserie (quiche, tarte, démontable, à muffin, plaques, etc.) en acier aluminisé résistant à la corrosion. Sans PFAS, celle-ci comporte un revêtement antiadhésif bicouche renforcé au diamant et des poignées en silicone résistantes à la chaleur jusqu'à 230°C. **Let's Bake !** Woll sets the tone with its baking mould collection (quiche, tart, dismantlable, for muffins, trays and so on) in aluminium-plate steel that is resistant to corrosion. PFAS-free, it features a dual layer non-stick diamond-reinforced coating and silicone handles resistant to temperatures up to 230°C.



Patisse propose une collection de plusieurs formes de moules en fonte d'aluminium. Prix public : à partir de 35 € le moule. **Patisse** features a collection of moulds with different shapes made of cast aluminium. Price to the public: from €35 for the mould.

It is a vision shared by Gobel: "Sales remain at a high level. The general public needs durable products – we are really seeing that. There's quite an evolution in consumption towards high-quality products, and even more so for professional-level products – that is at the heart of what we do. The general public comes to us, because Gobel is a flagship French brand that is an institution in the baking-pâtisserie world. The year 2024 has been marked by the launch of quite a few new products, including our range of professional stainless steel piping nozzles. Gobel is also strengthening its environmental commitments by switching to PFAS-free non-stick moulds with no change to their high-quality non-stick properties," observes Christelle Carthonnet, product marketing manager at the Louis Tellier, and Gobel in particular.

Gefu is likewise responding to a quest for high performance. "That enthusiasm for home baking led us to develop a number of innovations in the last couple of years, responding to consumers looking for practicality and performance, explains Tobias Mautner. Among our flagship products are the Danish whisk that is perfect for heavy, firm pastries – it makes the work of the baker that much easier. We have also developed salad bowls with a hermetically sealed lid to prevent splashes when stirring the ingredients together. And in a response to consumer enthusiasm for sustainable solutions, we have launched a cook mat that can be reused up to a thousand times – an environmentally friendly and economical alternative to baking paper."

The consumer quest for performance, together with their improved skillset, translates into requirements for increasingly specialist advice in stores. Brands absolutely must ensure that retailers are fully up to speed on the details of their products in order to respond to those exacting needs.

inox perforées. Ils reçoivent un accueil très favorable du public parce qu'ils coquent toutes les cases : éco-conçus, durables, garantis à vie et facile d'entretien, puisqu'ils passent au lave-vaisselle sans se déformer. Il est par ailleurs possible de les mettre au congélateur et c'est essentiel dans un domaine comme la pâtisserie où certaines créations se réalisent parfois en plusieurs étapes. »

Christelle Carthonnet (Gobel) abonde dans ce sens : « Les consommateurs sont de plus en plus attentifs aux matériaux et à l'écoconception des produits qu'ils achètent. Chez Gobel, nous sommes sensibles à cette préoccupation et prenons soin d'intégrer cette dimension à toutes les étapes de notre processus, depuis la conception jusqu'à la vente, en privilégiant les circuits courts. »

Même son de cloche chez Patisse : « Il y a une véritable demande pour des produits made in France et écoresponsables. Les consommateurs sont de plus en plus soucieux de l'impact de leurs achats sur l'environnement », confirme Florence Christophe.

Pour KitchenAid aussi l'adaptation est inévitable. Et pour cause, si depuis plus d'un siècle, la marque américaine règne en maître sur l'univers des robots pâtissiers et si à l'instar d'autres acteurs du secteur son succès a connu une apogée fulgurante durant la pandémie, ces deux dernières années la croissance s'est un peu tarie et les consommateurs se tournent désormais vers d'autres segments du petit électroménager.

« Après s'être équipés voire suréquipés parfois, ils sont devenus

ECO-RESPONSIBILITY AND SUSTAINABILITY ARE TOP CONCERNS

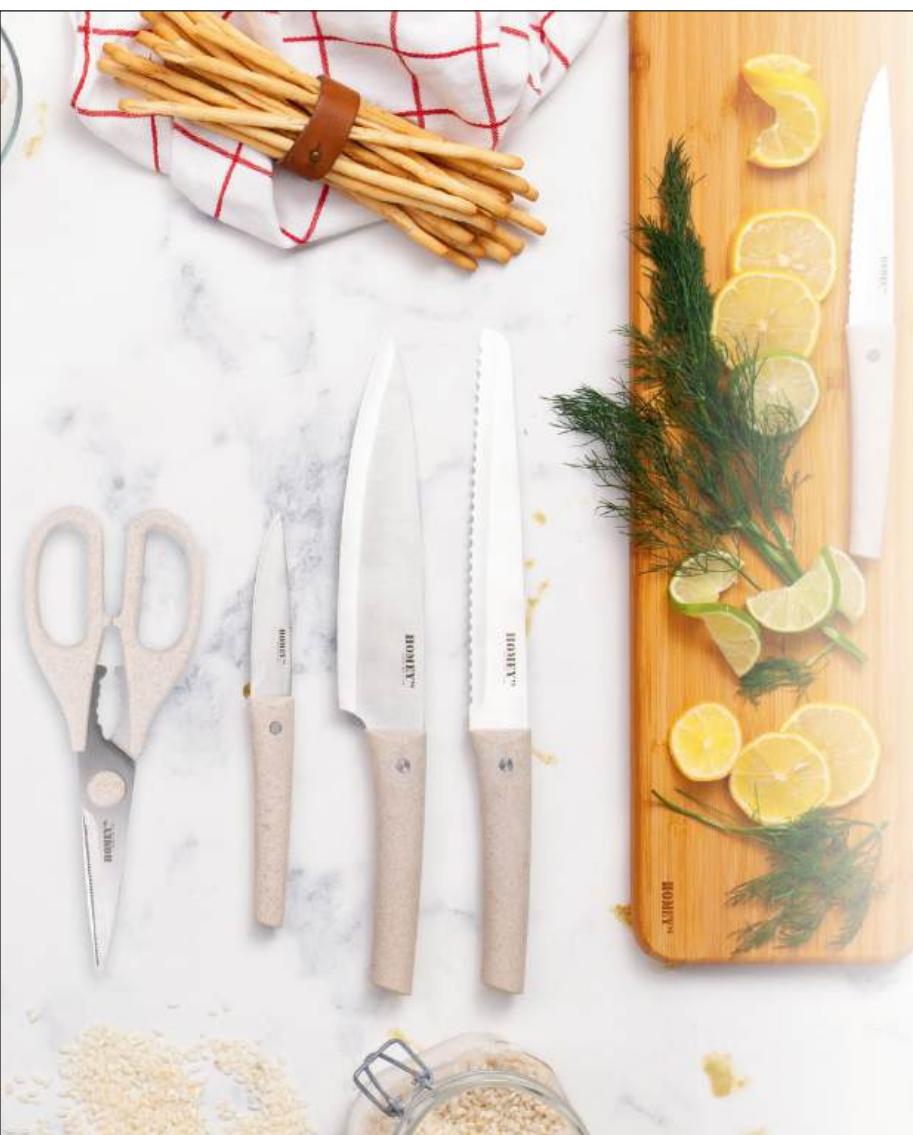
Sophie Hesse is convinced : the quest for quality and performance goes hand in hand with a growing interest in kitchenware manufactured using healthy and sustainable materials: "The De Buyer offering of products, particularly at our moulding unit, delivers responses to all that. During the pandemic, we added perforated stainless steel moulds to our catalogue. They have been met with great success by the public because they tick every box: eco-design, sustainable, lifetime guarantee, and easy to maintain because they will go in the dishwasher without losing their shape. They will also go in the freezer – and that's vital in baking where some dishes might be made across several days." Christelle Carthonnet (Gobel) is fully on board with that same sentiment:

"Consumers are more and more aware of the materials and eco-design features of the products they buy. Here at Gobel, we are aware of those concerns and we make sure that we integrate those elements



Disponible depuis fin juillet, ce nouveau cadre à pâtisserie signé Lares en acier inoxydable rectangulaire et extensible jusqu'à 33 x 42 cm.

Hauteur : 18 cm. Glissière continue avec système de fixation protégé. Fabriqué en Allemagne. Available from late July, the new baking frame bearing the Lares signature is made of stainless steel, and is rectangular and can be extended to 33 x 42cm. Height: 18cm. Continuous slider with protected fixing system. Made in Germany.



HOMEY'S
tools for life

Love to cook and be
environmentally
conscious at the same
time?

Choose Homey's VITT knives. These are made of wheatgrass. You can prepare the most delicious dishes with an ecological twist.

 **DISCOVER MORE**
homeystoolsforlife.com/vitt





Conçu avec la chef pâtissière Jessica Prealpato, le moule Kaleido 1100 permet de réaliser des mousses et des parfaits aux formes géométriques. Silikomart. Prix public : 19,70 €. Designed with the patisserie Chef Jessica Prealpato, the Kaleido 1100 mould is ideal for making mousses and pate dishes with geometric shapes. Silikomart. Price to the public: €19.70.

plus sensibles aux prix, constate Lucie Poulain, responsable communication & digital de KitchenAid. Et le contexte immobilier défavorable n'arrange rien. » Néanmoins, sur un marché en décroissance sur ce premier semestre 2024, la marque annonce une croissance à deux chiffres. Pour préserver sa position de leader, la marque américaine adapte, elle aussi, ses développements et ses lancements produits, aux attentes des consommateurs dans le but de toujours susciter un désir croissant sur un produit plus que centenaire : « Nous lançons en septembre prochain une nouvelle version du robot pâtissier. Issu de notre collection design, il est baptisé Evergreen et introduit pour la première fois de nouveaux matériaux comme son bol en bois noyer et un médaillon en laiton doré sur le moyeu de fixation. S'inscrivant dans une démarche éco-responsable et respectueuse des nouvelles normes en vigueur concernant les packagings, celui d'Evergreen ne contiendra aucun emballage en polystyrène. »

UNE APPÉTENCE CROISSANTE POUR UNE PÂTISSERIE SAINTE

L'industrie des ustensiles de pâtisserie est ainsi confrontée à deux défis majeurs : répondre aux attentes croissantes des consommateurs en matière d'écoresponsabilité, mais aussi à celles de respect des normes sanitaires. Ces deux enjeux sont devenus des éléments clés de différenciation pour les marques et influencent considérablement les décisions d'achat des clients.

La marque danoise Rosti par exemple l'a bien compris, et son bol iconique Margrethe se décline désormais dans un nouveau matériau thermoplastique appelé Durostima (pour "durable Rosti material"). Celui-ci se distingue notamment par sa résistance thermique et sa recyclabilité, en plus des propriétés du matériau d'origine en termes de durabilité et sa garantie de 5 ans. Sans oublier la large gamme colorielle Margrethe ! Par ailleurs, si les poêles sont directement concernés par la problématique des PFAS, les moules le sont également. Patisse a pu observer une montée en puissance des attentes des consommateurs pour des ustensiles de cuisine sains et durables, notamment pour les produits antiadhésifs. « Cet épisode a été l'occasion pour l'entreprise de mettre

into every step of the process, from design to sales, by opting for short circuits wherever possible.” The same mindset prevails at Patisse: “There’s real demand for products that are made in France and that are eco-responsible. Consumers are more and more aware of how their purchases impact the environment” confirms Florence Christophe. Adaptation is inevitable over at KitchenAid too – and with good reason: for over a century, the American brand has reigned supreme in the world of stand mixers, and like other players in the sector the brand rose to great heights during the pandemic – but the growth has tailed off in the last two years and consumers are now turning to other segments of the small household electricals segment. “Having equipped – and in some cases over-equipped – themselves people are now more price-sensitive, notes Lucie Poulain, digital & communications manager at KitchenAid. And the unfavourable climate around the property market does not help.” Notwithstanding that, the brand has announced double-digit growth in a shrinking market during the first half of 2024. To retain its position as leader in the market, the American brand is likewise tweaking its product launches and developments to suit consumer expectations, the idea being, as always, to trigger increasing consumer desire for a product that goes back over a hundred years: “In September we launch a new version of the stand mixer. It’s called Evergreen, and it’s from our design collection. It introduces new materials for the first time such as a walnut wood bowl and a gilt brass medallion on the attachment area. Evergreen is part and parcel of an eco-responsible initiative that complies with new packaging standards in force, and there will be no polystyrene packaging.”

GROWING APPETITE FOR HEALTHY BAKING

The bakeware industry is thus confronted with two challenges: meet growing consumer needs around environmental responsibility; and comply with health standards. Those two arenas have become key elements in brand differentiation, and they exert considerable influence on customers' purchasing decisions.

The Danish brand Rosti has heard the message loud and clear, and its iconic Margrethe bowl is now available in a new thermoplastic material called Durostima (from 'durable Rosti material'). One of its distinguishing



Place aux muffins et autres cupcakes moelleux avec les nouveaux moules en silicone Bake de Küchenprofi qui permettent de cuire et de servir. Deux tailles disponibles : ø 7 cm et 9 cm. Prix publics : 6,99 € et 9,99 € le lot de 6 selon la taille. It's time for soft muffins and other cupcakes, thanks to the new silicone Bake moulds from Küchenprofi, ideal for cooking and then serving. Two sizes are available: ø 7 cm and 9 cm. Prices to the publics: €6.99 and €9.99 for the set of 6, depending on size.

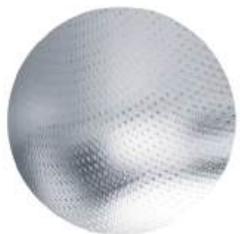
SteelPan®

100% MADE IN ITALY

Naturellement **anti-adhésif !**



Des moules à pâtisserie et plats à four en inox 18/10
résistants, anti-rayures, anti-allergiques et anti-adhésifs
grâce à leur fond inox « **Micro Relief** » breveté.



MALI'S
ACCESSOIRES & OUTILS DE CUISINE

DISTRIBUÉ PAR PATISSE | MALI'S

commercial@patissefrance.com



La marque MasterClass propose une gamme de produits de boulangerie 100 % recyclés et recyclables. Fabriqué à partir d'aluminium recyclé certifié, dont la production consomme 95 % d'énergie en moins que celle de l'aluminium primaire, le moule à pâtisserie recyclé MasterClass est 100 % exempt de toxines et résiste à la rouille et à la déformation. La base alvéolée permet un démolage rapide et facile, et favorise le brunissement lors du rôtissage. *MasterClass brand offers a range of 100% recycled and recyclable bakeware. Made from certified recycled aluminium, which uses 95% less energy to produce than primary aluminium, MasterClass recycled bakeware is 100% toxin free as well as rust and warp resistant. A dimpled airflow base ensures quick and easy release, plus aids browning when roasting*

en avant ses gammes d'ustensiles en émail et en acier bleu, appréciés pour leur qualité, leur durabilité et leur absence de substances nocives. Nous avons constaté un regain d'intérêt pour cette collection, notamment auprès des parents trentenaires et quadragénaires, particulièrement sensibles à ces questions de santé et d'environnement. Cette tendance s'inscrit dans un mouvement plus large de montée en puissance du fait maison et d'une recherche accrue de transparence dans la composition des produits. C'est dans cette même logique que les consommateurs, soucieux de leur santé et de celle de leur famille, se tournent vers des ustensiles de cuisine fabriqués non loin de chez eux », détaile Florence Christophe, avant de rappeler que Patisse fait partie des quelques derniers fabricants européens.

« Si la marque De Buyer est reconnue depuis des décennies pour la qualité de ses produits, la question de la composition de ses moules revient de plus en plus fréquemment dans son service après-vente », reconnaît de son côté Sophie Hesse.

Fort de son expertise dans l'univers de l'hôtellerie/restauration, Lacor lance cet automne une sélection de nouveautés issues du monde professionnel à destination des pâtissiers amateurs telles que l'entonnoir Décor et le siphon Épicure, tous deux compatibles avec le lave-vaisselle.

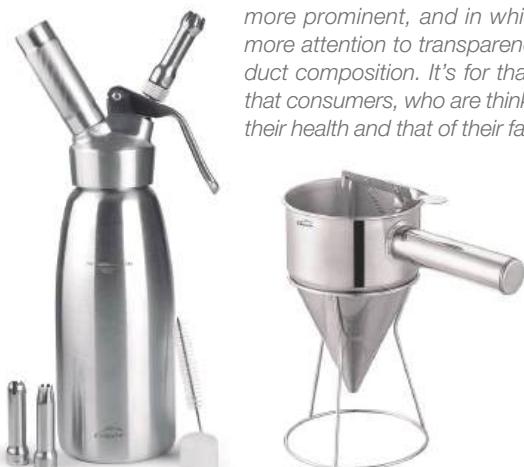
L'entonnoir en inox permet de remplir ou décorer des assiettes avec des sauces chaudes ou froides. Résistant à la corrosion, aux acides alimentaires et aux sels, il dispose d'un système de piston pour un débit ajustable : pratique et précis. Buse de sortie de 8 mm. Manche ergonomique pour le manipuler d'une seule main. Capacité : 1,25 l. Livré avec un support très stable. Prix public : 31 €.

Le siphon Épicure à usage professionnel est robuste et durable : corps et tête en inox 18/10. Marquage de remplissage gravé à l'extérieur du corps. Le siphon est versatile : il est conçu pour des préparations froides comme chaudes (entre 5°C et 70°C maximum). Inclus : 3 douilles en inox avec différentes formes décoratives et une brosse de nettoyage. Capacité 0,5 l / 1 l. Fonctionne avec des cartouches de gaz (N₂O). Compatible lave-vaisselle. Prix public : 129 €. *On the back of their expertise in the hotel and catering industry, Lacor launches a selection of new products in the autumn time from the professional catering world for use by baking enthusiasts. These include the Décor funnel and the Épicure siphon, both dishwasher-safe. The stainless steel funnel can be used to load or decorate plates with hot or cold sauces. Resistant to corrosion, food acids and salt, it has a piston system to adjust the flow – practical and precise. The exit pipe is 8mm. Ergonomic handle for one-handed use. Capacity: 1.25l. Comes with a very stable support. Price to the public: €31. The Épicure siphon for professional use is robust and durable: the body and head are made of 18/10 stainless steel. The refill markings are engraved on the outside of the body. The siphon is versatile – it is designed for both hot and cold preparations (between 5°C and 70°C maximum). Included are 3 stainless steel nozzles with different decorative shapes, and also a cleaning brush. Capacity: 0.5l/1l. Works with gas cartridges (N₂O). Dishwasher-safe. Price to the public: €129.*



Les verres et le pichet doseur en verre et silicone de Pebble possèdent des graduations déclinées en millilitres, centilitres, décilitres et litres pour éviter les conversions fastidieuses. Prix publics : 23,50 € le pichet doseur (1 l) à anse en verre et silicone ; 18,50 € le verre doseur en verre et silicone (0,5 l, coloris jaune) ; 13 € le verre doseur en verre et silicone (200 ml, coloris bleu) ; 6,90 € le petit verre doseur précision en verre (50 ml). *The glasses and measuring jugs made of glass and silicon from Pebble have markings set out in millilitres, centilitres, decilitres to avoid having to make tedious conversion calculations. Prices to the public: €23.50 for the measuring jug (1l) with glass and silicon handle; €18.50 for the measuring glass made of glass and silicon (0.5l, yellow shade); €13 for the measuring glass made of glass and silicon (200ml, blue colour); €6.90 for the small precision measuring glass in glass (50ml).*

features is its thermal resistance and its recyclability, as well as the properties of its original material in terms of durability and also its 5-year guarantee – not forgetting the expansive Margrethe colour range! On the subject of PFAS, pans might not be directly affected by issues around that - but moulds certainly are. Patisse has observed increasingly vocal consumer expectations around durable and healthy cookware – particularly around non-stick products. *This period was an opportunity for the business to foreground its blued steel and enamel cookware items for their good quality, their durability, and the absence of any harmful substances. We have noted renewed interest in the collection particularly among thirty and forty-something parents who are very aware of health and environment issues. The trend is part and parcel of a wider movement in which homemade cooking is more prominent, and in which people pay more attention to transparency around product composition. It's for that same reason that consumers, who are thinking hard about their health and that of their family, are opting*



 FLEXIPAN®



MD
MAISON
DEMARLE



SILPAT

MAISON-DEMARLE.COM



Rouleau à pâtisserie dans la gamme Marbre de Chevalier diffusion. Son poids permet d'abaisser la pâte régulièrement et rapidement, sans effort. De plus, il permet de garder la préparation au frais ou de la refroidir lors de l'étalage. Le plus ? Un côté déco qui s'expose en cuisine ! Garantie : 25 ans. Prix public : 33,40 €. Rolling pin from the Marbre range by Chevalier diffusion. The weight is such that the dough is rolled out evenly and quickly without effort, and it means that the dough can be prepared fresh or cooled during the standing stage. Its real plus is that it has a deco aspect that can be displayed in the kitchen! Guarantee: 25 years. Price to the public: €33.40.



Selon Dario Martellato, fondateur de Silkomart, ces préoccupations ne sont pas près de s'essouffler : « La gamme de pâtisseries cuites reste un point fort sur la scène internationale, mais là aussi, la recherche de nouveautés se poursuit, tant en termes d'esthétique que de technologie. D'où le grand succès de notre ligne en tplus, et notamment du dernier New York 270, une brioche en forme de cube dans un matériau exclusif, le tplusX, spécialement conçu pour garantir une cuisson parfaite, totalement anti adhérent pour la cuisson des croissants, complètement sans Teflon et incroyablement indéformable. Une véritable révolution sur le marché. »

Dans une même logique de cuisson saine, d'autres tendances comme celle de l'airfryer donnent à voir des lancements de nouveautés par les acteurs de la pâtisserie. Patisse se positionne par exemple comme un acteur incontournable en proposant désormais une gamme complète de moules dédiés à cet appareil.

DES LANCEMENTS POUR RÉPONDRE AUX NOUVELLES TENDANCES

Face à l'évolution des attentes des consommateurs, les marques d'ustensiles de pâtisserie ne cessent d'innover. De nouvelles tendances, telles que le bundt cake – gâteau moelleux façon kouglof mais originaire des États-Unis –, stimulent la créativité des pâtissiers amateurs et les lancements de produits permettent d'assouvir leurs pulsions créatrices. Et pour cause, ainsi que le fait valoir Sophie Hesse : « La pâtisserie, contrairement à la cuisine qui répond avant tout au besoin de se nourrir, est un loisir créatif. Les consommateurs ont de plus en plus besoin de s'évader du quotidien et ils voient dans la pâtisserie un véritable refuge, une manière de partager ce qu'ils réalisent de leurs mains. À noter qu'après une appétence particulière pour les gâteaux à plusieurs étages, l'heure est au retour aux classiques tels que le flan que j'évoquais précédemment. »

Florence Christophe (Patisse), confirme ces tendances : « Nous avons connu un véritable engouement pour nos moules en fonte d'aluminium suivant la tendance bundt cakes. Mais les formes plus classiques de la pâtisserie ont toujours une carte à jouer : notre moule à madeleines format XXL fait aussi partie de nos meilleures ventes. »

En effet plusieurs acteurs s'accordent à dire qu'en raison de son esthétique, de sa facilité de préparation et de sa versatilité, mais aussi pour ce qu'il inspire – la convivialité et le partage –, le bundt cake,

for kitchenware pieces that are manufactured close by," says Florence Christophe who goes on to recall that Patisse is one of the last few European manufacturers.

Sophie Hesse points out that "De Buyer has been known for decades for the good quality of its products, but the issue of the material composition of the moulds comes up increasingly often in the after-sales service discourse."

Dario Martellato, founder of Silkomart, says that there are no signs that those kinds of concerns are running out of steam: "The range of pâtisserie baking items remains a strong point on the international scene, but research on new products is ongoing in terms of both aesthetics and technology. That's why our tplus line has been so successful, particularly with the latest New York 270: it's used for baking cube-shaped brioches in a mould made of exclusive materials, the tplusX, that is specially designed to deliver a perfect cooking result. It is totally non-stick and is great for cooking croissants all the way through without any Teflon – and it loses absolutely none of its shape. It's a real revolution in the marketplace."

Keeping those same considerations around healthy cooking in mind, other trends have made an appearance such as the airfryer, resulting in new product launches from bakeware businesses - among them Patisse who position themselves as a key player in offering what is now a comprehensive range of moulds for that appliance.

PRODUCT LAUNCHES AS A RESPONSE TO NEW TRENDS

In the face of changing consumer expectations, bakeware brands are constantly evolving. The creativity of baking enthusiasts is stimulated by new trends such as the bundt cake – a soft cake similar to the kouglof cake but that comes from the USA. New product launches have a way



Nouvelle collection Guardini Professional fabriquée en aluminium anodisé, hautement résistant à l'abrasion, compatible avec un usage intensif. Certains moules sont dotés d'un fond amovible pour faciliter le démoulage. Température maximale d'utilisation : 285°C. Prix public compris entre 15,90 € et 35,90 € selon le modèle. New Guardini Professional collection made of anodised aluminium, highly resistant to abrasions and compatible with intensive use. Some moulds have a removable base for easy turn-out. Maximum usage temperature: 285°C. Price to the public between €15.90 and €35.90 depending on the model.

Lacor

75
years next to you



Smart
la conservation
pratique et silencieuse
à portée de main



www.lacor.es/fra | Lacor France
lacor-export@lacor.fr (33) 03 21 22 54 34



De nouveaux moules font leur entrée au catalogue de Flexipan (maison Demarle). Ceux-ci sont issus de la technologie Origine du fabricant qui allie silicium et fibre de verre. Le moule Cœurs striés FP-02195 (390 x 295 mm ; 30 empreintes) permet de créer une texture visuellement attrayante aux gâteaux, mousse, chocolats ou gelées. Le moule Pavé ovales FP-01545 (590 x 390 mm ; 20 empreintes) procurera une touche d'élégance aux desserts individuels, entremets et bouchées salées. Le moule Cylindres arrondis bas FP-01050 (389 x 270 mm ; 12 empreintes) est quant à lui un basique indémodable qui permet toutes les fantaisies, avec des recettes à base de pâte ou de crème, en cuisson ou surgélation.

Température maximale supportée : 260°C. Avant le premier emploi, ainsi qu'avant et après chaque utilisation, il convient de nettoyer le moule avec une éponge douce et à l'eau savonneuse, puis de rincer soigneusement et de secouer énergiquement pour retirer l'excès d'eau. Enfin, laisser sécher le produit à l'air libre sur une surface plane. Ne pas mettre en contact avec une source directe de chaleur (gril, plaque chauffante, flamme, résistance du four). New moulds are making their entrance in the Flexipan catalogue (maison Demarle). These have been made using the manufacturer's Origine technology that blends silicon and fibreglass. The ribbed Coeurs FP-02195 mould (390 x 295 mm ; 30 marks) are used to create a visually appealing texture for cakes, mousse, chocolate dishes, and frozen dishes. The oval FP-01545 Pavé mould (590 x 390 mm ; 20 marks) delivers a touch of elegance to single-portion desserts, puddings and savoury snacks. The rounded-base FP-01050 Cylindres mould (389 x 270 mm ; 12 marks) is a basic classic for all kinds of imaginative creations with recipes based on pastry or cream, for cooking and freezing. The highest supported temperature is 260°C. Prior to the first use (and before and after each use) it is a good idea to clean the mould with a soft sponge and soapy water, then rinse carefully and shake vigorously to remove excess water. Then leave the item to dry in the open air on a level surface. Do not place in contact with a direct heat source (grill, hot plate, flame, oven heating element).

ce gâteau moelleux et savoureux à la forme caractéristique en couronne, a connu un regain d'intérêt ces dernières années, devenant une véritable star des réseaux sociaux et des blogs culinaires. Montée en puissance de l'hashtag, apparition de moules aux formes et aux motifs variés, toujours plus originaux et sophistiqués, ce gâteau simple et savoureux a su conquérir le cœur des gourmands et devrait continuer à les régaler pour de nombreuses années encore. « Ces moules sont tellement travaillés qu'aujourd'hui un cuisinier tout à fait amateur, peut réaliser de très beaux gâteaux et obtenir cet effet "waouh" au démoulage », rappelle Florence Christophe.

Les moules c'est aussi une longue histoire chez Mastrad. Depuis 2023, M&Co perpétue l'héritage de Mastrad en développant les gammes de produits traditionnels qui ont fait le succès de la marque, tels que les moules à gâteaux, les ustensiles de cuisine et les accessoires de conservation. « Nous sommes à l'origine d'un brevet qui a permis d'éviter la déformation des préparations réalisées dans les moules en silicium en rigidifiant l'ensemble de la structure, indique Thibault Houelleau, dirigeant de M&Co. Mais, aujourd'hui, ce n'est plus le cœur de la gamme, ce n'est plus ce que les consommateurs recherchent. Ceux-ci se tournent davantage vers le dur, l'écoconçu sain pour la santé. Ces caractéristiques définissent une nouvelle gamme composée de treize moules que nous lanceront en septembre pour coïncider avec les trente ans de la marque. Cette gamme, que nous continuerons de développer par la suite, sera sans PTFE, sans PFOA, sans PFAS et nous sommes impatients de la faire découvrir aux consommateurs. »



of satisfying those creative drives – and there's a good reason for that, as Sophie Hesse points out: *"Unlike mainstream cooking which, above all, meets a need for nourishment, baking is a creative pastime. More and more, consumers need to take time out from their daily lives. They see baking as a refuge, and a way to share what they have made by their own hand. In the wake of particular enthusiasm for cakes with several layers, we are now seeing a return to classics such as the flan, which I was referencing earlier."*

Florence Christophe (Patisse) confirms those trends: *"We have seen real enthusiasm for our cast aluminium moulds that are great for the bundt cake trend – but the more classic baking shapes have everything to play for too and our XXL format madeleine moulds are also among our bestselling items."*

Many industry figures agree that the bundt cake – a cake that is soft and flavourful and has a characteristic crown shape – has become a real star of social media and cooking blogs for its aesthetic, its ease of cooking and its versatility, and also because it inspires people to share and enjoy company. Interest in the bundt cake has returned in recent years - and with the increased reach of the hashtag, that simple and tasty cake has won the hearts and minds of foodies and is expected to continue to be a treat for them for many years to come, particularly with the advent of moulds with more varied motifs that are ever more original and sophisticated. *"The moulds are so carefully thought-out that these days a real beginner cook can make gorgeous cakes and get that 'Wow' effect when it is turned out,"* explains Florence Christophe. Moulds have a long history at Mastrad too. Since 2023, M&Co has been keeping alive the Mastrad heritage by developing the traditional product ranges that have made the brand such a great success. These include cake moulds, kitchenware, and food preservation accessories. *"We are*



EVOLUTION

Qualité compacte



Tournez-vous vers l'avenir ! Apportez la qualité de Maestro chez vous avec le nouveau système amovible de Evolution. Ces nouvelles poignées amovibles vous offrent de la commodité et un gain de place. La nouvelle collection offre la polyvalence d'utiliser différents matériaux dans une seule gamme. Pour suivre la direction actuelle de Beka, le revêtement est en céramique 100 % sans PFAS.



GÂT



ÉLECTRIQUE



CÉRAMIQUE



INDUCTION

200°C
FOUR

LAVE-VAISSELLE



BEKA-COOKWARE.FR

LE SECOND SEMESTRE POUR CONFIRMER LA TENDANCE

Porté par des tendances fortes et des attentes croissantes des consommateurs en matière de durabilité, de sécurité et d'innovation, le marché des ustensiles de pâtisserie est en mutation. Les marques qui sauront répondre à ces attentes seront les mieux placées pour réussir dans les années à venir. Si les efforts réalisés depuis la pandémie pour maintenir les volumes de vente semblent porter leurs fruits sur le premier trimestre de 2024, tout le monde sait que les fêtes de fin d'année représentent une période cruciale pour les fabricants d'ustensiles de cuisine. Mastrad compte bien tirer pleinement parti des fêtes d'autant plus que cette année marque sa troisième décennie d'existence, en organisant plusieurs événements et en participant à plusieurs salons spécialisés. Ce n'est pas le seul à mettre en place une stratégie pour capitaliser durant cette période.

« La période de Noël est toujours synonyme de grandes opportunités dans le secteur de la pâtisserie. Les vitrines des pâtisseries changent d'apparence et proposent des produits en accord avec les festivités de Noël, des bûches classiques aux gâteaux individuels décorés sur le thème de Noël, en passant par les sujets en chocolat qui évoquent toujours la période des fêtes. Silikomart propose chaque année une gamme spécialement conçue pour les pâtisseries de Noël », rappelle Dario Martellato.

Pour le fondateur de Silkomart, une tendance festive continue d'émerger, mais cette fois-ci côté professionnels. « Les grands chefs internationaux souhaitent de plus en plus créer leur propre préparation de Noël,

the name behind a patent that prevented food made in silicone moulds from losing its shape, and we did that by making the entire structure rigid, points out Thibault Houelleu, manager of M&Co. But that's no longer at the heart of the range – consumers aren't looking for that kind of thing anymore. Nowadays they want something more hard – eco-design that is good for your health. These characteristics define a new range comprising thirteen moulds to be launched in September that coincides with the brand's thirtieth birthday. We will continue to develop the range after the launch. It will be free of PTFE, PFOA and PFAS, and we can't wait for consumers to encounter it.”

A SECOND YEAR HALF TO CONFIRM THE TREND

The baking utensil marketplace is in the throes of change, buoyed by clear trends and by the growing needs of consumers around sustainability, safety and innovation. Brands that are able to respond to these expectations are best placed to do well in the years to come. The work done during the pandemic to keep sales volumes up appears to be bearing fruit during the first quarter of 2024, and we all know that year-end festivities are a critical period for cookware manufacturers. Mastrad is certainly expecting to make the most of the festive season this year, more so than most years, as this marks a decade of its existence – but Mastrad is not the only one to set out a strategy for capitalising on the year-end season.

“The Christmas period is always synonymous with great opportunities in the baking sector. Bakers' shop windows have a different look, and they offer things that work well with Christmas festivities including traditional

CARAMBELLE : INNOVATION ET DIVERSIFICATION

« La période du covid-19 a donné un coup d'accélérateur à tous les acteurs de la catégorie pâtisserie, mais Carambellle est en progression continue depuis 20 ans, nuance Stéphane Brémard, président et fondateur de Carambellle qui détient entre autres la marque Scrapcooking. 2023 a d'ailleurs été notre meilleure année, avec 15 à 18 % de progression. » Ce résultat, Stéphane Brémard l'attribue notamment à la présence du groupe sur 2 marchés – alimentaire et non alimentaire – et ce dès sa création, avec des investissements en conséquence. Parmi les plus récents, le rachat en décembre de Déco Relief qui fabrique à Dijon des tapis en silicone et des colorants, et en janvier la création en France d'une ligne de production de pâte à sucre et d'amande. « Une telle ligne n'existe pas en France, souligne Stéphane Brémard. Nous nous structurons donc avec des outils de production qui nous permettent de continuer à développer et diversifier notre offre, depuis toujours répartie à 50/50 entre l'alimentaire et le non alimentaire. » Car l'innovation est aussi dans l'ADN du groupe, pionnier dans les produits fantaisie et colorés. En la matière, les nouveautés Scrapcooking seront notamment à découvrir sur le stand de Beka (Beka France étant distributeur de la marque depuis quelques mois) lors de la session de septembre de Maison&Objet.



CARAMBELLE : INNOVATION AND DIVERSIFICATION

“The Covid-19 period gave a boost to every player in the baking category, but Carambellle has been growing continuously for 20 years, points out Stéphane Brémard, president and founder of Carambellle who own the Scrapcooking brand among others, 2023 has, however, been our best year, with growth of 15 to 18%”. Stéphane Brémard attributes those figures to the group's presence across 2 markets – food and non-food – that being the case since its creation, with relevant investments being made. The most recent of these was the purchase in December of Déco Relief who make silicon mats and colourants at Dijon, and the creation in January of a production line in France of almond and sugar gum paste. “No such line ever existed in France, explained Stéphane Brémard, So we are putting together a structure with production tools that enable us to continue developing and diversifying our offering, that has always been distributed 50/50 between food and non-food.” Innovation is, after all, part of the group's DNA – it is a pioneer of coloured and ingenious products. Scrapcooking novel products will be available to view at the

Beka stand during the September Maison&Objet event, Beka France being the brand's distributor as of a few months ago.

FRANCE 1887

GOBEL®

rien ne remplace le fait main



Cercles à tarte perforés

Qualité professionnelle

- Micro-perforations étudiées pour une cuisson uniforme et une excellente diffusion de la chaleur.
- Bande de 3 mm sans perforation en haut et en bas du cercle pour une bonne tenue de la pâte à la cuisson.



Fabrication
Centre Val de Loire

www.gobel.fr

SALON MAISON & OBJET 2024
Stand Gobel F64-G63 - Hall 4





personnalisée selon leur propre créativité. Silikomart a déjà développé de nombreux projets sur mesure en collaboration avec les chefs internationaux les plus prestigieux et continue de proposer son nouveau service L'atelier pour transformer les idées des chefs en moules », poursuit-il. Pour Patisse, les fêtes de fin d'année sont l'occasion de mettre en avant l'offre de Noël en la théâtraliser sur son stand lors de l'incontournable salon Maison & Objet qui se déroulera en septembre.



Gamme Smart Cuisine de Luminarc, en opale culinaire, pratique et polyvalente : les plats passent du four à la table, supportant des températures de cuisson allant jusqu'à 250°C. Déclinée en plusieurs collections : Wavy, Diwali, Trianon, et Carine (photo). Smart Cuisine range from Luminarc, in culinary opal – practical and versatile. These dishes go straight from the oven to the dining table and will withstand cooking temperatures up to 250°C. Comes in several collections: Wavy, Diwali, Trianon, and Carine (photo).



Le fabricant français Gobel lance cette année une gamme de douilles à pâtisserie qui comporte notamment un kit poche pâtissière 35 cm + 2 douilles inox (1 unie ø 10 mm, 1 cannelée ø 11 mm 6 dents), pour décorer, garnir et pocher. La poche en élastomère souple est réutilisable. Prix public : 11,80 €.

A noter que Gobel a aussi développé un assortiment de 55 douilles à pâtisserie en acier inoxydable pour répondre à toutes les envies créatives. Prix public : de 3,15 € à 8,10 l'unité selon le modèle. The French manufacturer Gobel has this year launched a range of patisserie nozzles that include a 35cm patisserie pocket kit + 2 stainless steel nozzles (1 smooth, ø 10 mm, and 1 ribbed, ø 11 mm, 6 teeth) for decorating, garnishing and piping. The supple elastomer pocket is reusable. Price to the public: €11.80.

Gobel is also developing a selection of 55 patisserie nozzles made of stainless steel to satisfy any and every creative wish. Price to the public: from €3.15 to €8.10 per unit depending on the model.

comprising an éclair tray, piping bags and nozzles was very successful. This year, Gobel will roll it out for madeleines and tartlets,” says Christelle Carthonnet.

Over at Gefu, the emphasis is on partnerships with influencers to promote its products during the year-end festivities. The brand recently sealed a deal with French creator @Ellealflemme, who has over 62 000 subscribers on Instagram. “@Ellealflemme will share with her community baking recipes inspired by different culinary cultures that are easy to make using Gefu products,” announced Tobias Mautner. The enthusiasm for home baking certainly seems baked in – though players in the sector need to adapt to new kinds of communication and new consumer expectations. The watchwords for responding to these aspirations and for capitalising on an evolving market are: innovation, sustainability, and performance. The year-end festivities will be an opportunity for players to foreground their know-how and appeal to consumers looking for outstanding products to make festive foodie creations. ●

« Cette année, nous avons pris le parti de mettre davantage en avant l'offre de Noël, explique Florence Christophe, avant de poursuivre : Les années précédentes, l'offre était présente, mais elle l'était au même titre que les autres collections. »

Gobel sera également présent à Villepinte en septembre. La marque profitera de cette échéance incontournable pour présenter ses nouveautés, fabriquées à Joué-lès-Tours. « La marque proposera également ses kits à pâtisserie qui ont toujours le vent en poupe à cette période clé. L'an passé, le kit à éclairs constitué d'une plaque à éclair, de douilles et poches à douilles, avait connu un beau succès. Cette année, Gobel le décline sur la madeleine et les barquettes », détaille Christelle Carthonnet.

Gefu, de son côté, mise sur les partenariats avec des influenceurs pour promouvoir ses produits pendant les fêtes de fin d'année. La marque a récemment noué un partenariat avec la créatrice française @Ellealaflemme, qui compte plus de 62 000 abonnés sur Instagram. « @Ellealaflemme va partager avec sa communauté des recettes de pâtisserie inspirées de différentes cultures culinaires et simples à réaliser grâce aux produits Gefu », annonce quant à lui Tobias Mautner.

Alors que l'engouement pour la pâtisserie maison semble s'inscrire dans la durée, les acteurs du secteur se doivent de s'adapter aux nouvelles formes de communications, aux nouvelles attentes des consommateurs. Innovation, durabilité, performance sont les maîtres-mots pour répondre à ces aspirations et capitaliser sur ce marché en mutation. Les fêtes de fin d'année seront l'occasion pour les acteurs de mettre en avant leur savoir-faire et de séduire les consommateurs en quête de produits d'exception pour réaliser des créations gourmandes et festives. ●



Spatule en acier inoxydable, conçue pour étaler, gratter et découper des pâtes ou des crèmes. Compatible avec le lave-vaisselle. Röslé. Prix public : 17,95 €.
Spatula made of stainless steel for spreading, scrubbing and cutting dough and cream preparations. Dishwasher-safe. Röslé. Price to the public: €17.95.

