

LA RÉVOLUTION DES CUISINES INTELLIGENTES : QUAND LA TECHNOLOGIE S'INVITE AUX FOURNEAUX

Les smart kitchens transforment nos habitudes culinaires. Elles promettent efficacité et confort. Entre appareils connectés et innovations sans fil, les marques rivalisent d'ingéniosité pour conquérir nos cuisines.

■ Par/by Astrid Briant

Dans un monde où la technologie imprègne de nombreux aspects du quotidien, la cuisine n'échappe pas à cette tendance. Les smart kitchens, ou cuisines intelligentes, redéfinissent notre rapport à la préparation des repas, offrant une expérience culinaire enrichie par l'innovation. Ce concept révolutionnaire intègre des produits connectés ou non, dotés de fonctionnalités avancées, dans le but d'optimiser l'efficacité, la précision et le confort en cuisine. L'enjeu pour les marques est de taille : proposer des solutions qui simplifient la vie des consommateurs tout en restant accessibles et pertinentes. Des géants comme le groupe De'Longhi (avec les marques De'Longhi, Nutribullet et Kenwood) misent sur la connectivité. D'autres acteurs, tels que Little balance ou Jacob Jensen, optent pour des innovations plus slow tech. Cette diversité d'approches témoigne d'un marché en pleine effervescence. « Chez DK Household Brands, notre mission est de proposer des produits innovants qui répondent aux besoins des consommateurs d'aujourd'hui et de demain », confirme pour sa part Laëtitia de Kilken, event & marketing manager chez DK Household Brands.

LE MULTIFONCTIONNEL DANS UN SOUCI D'ESPACE ET DE TEMPS

Pour rendre l'expérience culinaire toujours plus désirable, la startup Daan Tech travaille depuis plusieurs années sur le développement d'appareils

Technology has permeated many aspects of everyday life, and the kitchen is not immune to that aspect of our brave new world. Smart (or intelligent) kitchens are redefining our relationship with meal preparation, offering a culinary experience enriched by innovation. It is a revolutionary concept that encompasses both connected and non-connected products, featuring advanced functionalities designed to optimise efficiency, precision and convenience in the kitchen. It is quite the challenge for brands: to offer solutions that make life easier for consumers while remaining accessible and relevant. Some giants, such as the De'Longhi group (with the brands De'Longhi, Nutribullet and Kenwood), are staking a lot on connectivity - while other names such as Little balance and Jacob Jensen are going down the slow-tech route. The sheer diversity of approaches is testament to a market that is bubbling along nicely. "Here at DK Household Brands, our mission is to offer innovative products that meet the needs of the consumer of today and tomorrow" points out Laëtitia de Kilken, event & marketing manager at DK Household Brands.

MULTIFUNCTIONAL ITEMS FOCUSED ON SPACE AND TIME SAVINGS

The start-up Daan Tech has been working for several years on developing intelligent household electrical appliances with a view to making the culinary experience an ever more desirable one. The Joe oven is

THE SMART KITCHEN REVOLUTION: TECHNOLOGY MAKES ITS WAY TO THE HEARTH

Our culinary habits are being transformed by the smart kitchen, bringing with it the promise of efficiency and comfort. With connected appliances and wireless innovations, brands are vying with each other in their ingenuity as they seek to conquer our kitchens.



électroménagers intelligents. Dernier-né de ses investissements en recherche et développement, le four Joe, disponible en précommande, propose pas moins de cinq modes de cuisson. Cette opération qui s'adosse au lancement d'une offre spéciale sur son lave-vaisselle, en reconditionné ou en neuf, entend permettre à Daan Tech de poursuivre son engagement envers l'innovation et la production française. Et pour cause, l'entreprise vendéenne a été placée en mars dernier en redressement judiciaire. « *Joe est né de plusieurs constats : le retour du fait-maison, l'envie de manger sainement et la lutte contre la démultiplication des appareils électroménagers dans les cuisines qui, en plus d'être un non-sens écologique, occupe de l'espace dans les cuisines et rend l'expérience compliquée. Enchevêtrés dans les placards, ils sont difficiles à utiliser. C'est d'autant plus vrai que, selon nos dernières études, les cuisines voient leurs surfaces de plus en plus réduites avec l'inflation immobilière. Ce sont les mêmes raisons qui, avant cela, avaient conduit le fondateur de Daan Tech à développer le lave-vaisselle compact Bob* », rappelle Léa Robert, chief sustainability and performance officer chez Daan Tech.

Yamazaki a une approche similaire. La marque privilégie un design minimaliste et épuré, adapté aux styles européens. Cette approche internationale a contribué à sa croissance en Europe. Les produits de l'entreprise sont conçus pour un style de vie élégant et minimaliste, avec une attention particulière portée aux articles compacts et multifonctionnels à l'instar de Tower, un support fonctionnel : « *Il est possible d'y fixer un sac pour réaliser du compost avec les restes de nourriture ou sécher des verres, des thermos, des tasses ou des biberons. Petit et compact, il peut être plié pour être rangé facilement, ce qui en fait un article populaire dans les maisons à espace limité.* » Rangement pour assaisonnements ou encore desserte ultrafine à roulettes, bon nombre de produits Yamazaki sont imaginés dans cet esprit.

Même dynamique chez DK Household Brands notamment avec sa marque Zyliss « *Nous avons conçu des produits multifonctionnels et compacts spécifiquement pensés pour s'adapter aux petites cuisines urbaines. Par exemple, nos nouvelles essoreuses à salade sont dotées de poignées qui se replient complètement, permettant ainsi de les ranger de manière plate et de les empiler avec d'autres ustensiles de cuisine* », décrit Laëtitia de Kilken.

Dans une logique de gain de place, mais aussi de temps et de simplification du processus de préparation des repas, la marque Moulinex a, de son côté, décidé d'intégrer une balance dans le Cookeo Touch Pro. « *Les utilisateurs peuvent peser directement les ingrédients dans l'appareil, ce qui réduit le besoin d'ustensiles supplémentaires et minimise le nettoyage. Cela garantit aussi une précision accrue dans les recettes, aidant les utilisateurs à obtenir des résultats optimaux à chaque fois*, explique Etienne Maurin, responsable marketing food de Moulinex. Les 14 modes de cuisson du I-Companion XL offrent quant à eux une grande flexibilité et répondent à une variété de besoins culinaires. Que ce soit pour mijoter, cuire à la vapeur, mélanger, pétrir, hacher ou fouetter, les utilisateurs peuvent accomplir des tâches multiples avec un seul



Fondée en 1965, Maison Demarle est l'inventeur du moule souple haute technologie, associant silicone et fibre de verre, fort de son savoir-faire artisanal et de son outil de production basé dans les Hauts-de-France. Le moule souple Original Flexipan a en effet vu le jour en 1991. Avec des millions de produits distribués dans 60 pays, Maison Demarle détient 2 marques à forte notoriété et valeur ajoutée, Silpat et Flexipan. A l'origine dédiés aux professionnels, les moules

haut de gamme Flexipan sont disponibles pour le grand public depuis septembre 2023. Conçus dans un silicone spécialement formulé dans les ateliers de Maison Demarle, ils procurent une antiadhérence accrue sans ajout de matière grasse et un démoulage parfait, aussi bien en cuisson qu'en surgélation, grâce à un procédé combinant du silicone (qui confère l'antiadhérence) et de la toile de verre (pour une bonne répartition de la chaleur donc une cuisson homogène). Les toiles Silpat sont conçus selon le même principe et font office de papier cuisson, évitant ainsi l'achat de rouleaux. Founded in 1965, Maison Demarle invented the high-tech flexible mould that is a blend of silicone and fibreglass based on the business's artisan know-how and production tool, based in the Hauts-de-France region of northern France. The Original Flexipan flexible mould first hit the shelves in 1991, and with millions of products sold in 60 countries, Maison Demarle now owns 2 brands that are widely acclaimed and add great value: Silpat, and Flexipan. Originally sold to the catering trade, the high-end Flexipan moulds have been available for purchase by the general public since September 2023. Made of a silicone specially formulated in the workshops of Maison Demarle, the moulds feature enhanced non-stick qualities with no addition of fats, with a perfect turn-out both when cooking and from the freezer. This is thanks to a process that combines silicone (that confers the non-stick quality) with the glass fibre for good heat distribution resulting in an even cook. Silpat mats are designed to the same principle and work well as cooking paper, avoiding the need to buy rolls of it.

most recent appliance to emerge from Daan Tech workshops following research and development investment: available for pre-order, it features no less than five cook modes. The Joe oven appears on the market alongside a special offer on the Daan Tech dishwasher for new and refurbished machines, meaning that Daan Tech gets to pursue its commitment to innovation and French production. There is a method behind that - the business based in the Vendée region of western France went into judicial proceedings in March. "*Joe came about in the wake of a number of observations being made: the return of homemade food, the interest in healthy eating, and the drive to pare back the number of household electrical appliances in kitchens that take up space in the kitchen and make things complicated – and that is aside from it the environmental damage of so many appliances. Tucked away in a cupboard, these devices are difficult to use – all the more so given that kitchens are getting smaller and smaller in the face of property price inflation, according to our latest surveys. It's for those same reasons that the founder of Daan Tech decided, before all this, to develop the compact dishwasher Bob*," explains Léa Robert, chief sustainability and performance officer at Daan Tech.

Yamazaki has a similar approach. The brand opts for a minimalist, pared back design that is suited to European styles – and the international approach has contributed to its growth in Europe. The business's products are designed for an elegant and minimalist lifestyle, and particular attention is paid to items that are compact and multifunctional like the Tower, a functional support device: "*You can hook a bag onto it for making compost using food remains, or dry glasses, thermos containers, cups or baby bottles. Small and compact, it can be folded up for easy storage, making it a popular item in homes with limited space.*" A good number of Yamazaki products are created with that same mindset including containers for storing seasoning, or an ultra-slim service cart on wheels.

The same dynamic is in play at DK Household Brands, notably via its Zyliss brand: "*We have designed products that are multifunctional and compact, that are specifically made with small urban kitchens in mind. Our new salad dryers, for example, have handles that fold in completely so that they can be stored flat and stacked with other kitchen utensils*," points out Laëtitia de Kilken.

Moulinex a lancé en mars Easy Fry smart & silence, un appareil doté d'une technologie qui permet de diviser par 4 le niveau sonore (comparé aux airfryers traditionnels). Celle-ci devrait être déployée sur une future série d'appareils. Autre atout de ce nouvel airfryer, une façade amovible qui facilite l'entretien. La cuve (5 l) est livrée avec un couvercle de conservation permettant de placer celle-ci dans le réfrigérateur. Prix public : 149,99 €. Moulinex launched the Easy Fry smart & silent in March: an appliance featuring technology that reduces noise levels fourfold compared to traditional airfryers. The technology is expected to be deployed to future appliance series. Another benefit to the new airfryer is a removable front for easier maintenance. The 5l container comes with a preservation cover so that food can easily be placed in the fridge. Price to the public: €149.99



appareil. Cela permet de gagner du temps, de simplifier la préparation des repas et d'expérimenter une large gamme de recettes avec différents types de cuisson. C'est un confort d'utilisation afin que l'utilisateur puisse faire un maximum de préparation dans une même cuve, facilitant aussi le nettoyage. »

Contrairement aux idées reçues, Léa Robert (Daan Tech) assure que les utilisateurs de ces appareils combinés ne cuisinent pas tous dans des espaces contraints : « Bon nombre voit dans l'optimisation de l'espace un côté pratique, quelle que soit la taille de leur logement. La cible de Daan Tech est donc finalement plus large qu'il n'y paraît. » En innovant pour plus de praticité dans les cuisines, Daan Tech a pu embrasser d'autres opportunités technologiques. Par exemple, le four Joe, qui combine cinq technologies, procure, de facto, une cuisson performante. « 30 minutes suffisent pour cuire un poulet de plus de 3 kg. Joe dispose, par ailleurs, d'un programme de décongélation qui combine vapeur et micro-ondes, et même un programme de régénération de viennoiseries. Nous proposons sur le marché un produit d'un standard encore jamais atteint », fait valoir Léa Robert.

UNE CONNECTIVITÉ AU SERVICE DE LA SANTÉ

Ces innovations contribuent non seulement à un processus culinaire plus efficace mais permettent également la diversification des options alimentaires, pour un régime varié bénéfique pour la santé. Les fabricants l'ont bien compris : l'alimentation joue un rôle central dans les préoccupations des Français en 2025, s'inscrivant dans une tendance plus large de santé et de bien-être.

Chez Moulinex, la connectivité wi-fi du Cookeo Touch Pro permet aux utilisateurs d'accéder en temps réel à une vaste bibliothèque de recettes directement sur l'écran tactile de l'appareil. « Ils peuvent recevoir des mises à jour automatiques de nouvelles recettes et fonctionnalités, ce qui enrichit constamment leur expérience culinaire. De plus, la connectivité permet une interaction fluide avec l'application MyMoulinex, offrant des tutoriels pas-à-pas, des conseils de cuisson personnalisés et la possibilité de contrôler l'appareil à distance, décrit Etienne Maurin. L'application évolue pour intégrer des nouvelles fonctionnalités fondées sur les retours des utilisateurs et les avancées technologiques. Elle propose désormais des recommandations de recettes personnalisées selon les préférences et les habitudes de cuisson des utilisateurs, des vidéos

Constitué d'un boîtier inox 18/10 portable et compact, l'appareil de cuisson sous vide Master de Lacor procure un rendement élevé et une précision maximale. Le débit de sa pompe à eau permet de chauffer un volume d'eau jusqu'à 80 l, en obtenant une température uniforme sur l'ensemble du volume. Son interface intuitive comporte une alarme de bas niveau d'eau et une fonction arrêt automatique. Étanchéité assurée grâce au système IPX7. Prix public : 630 €. The Master pressure cooker from Lacor comprises an 18/10 stainless steel portable and compact case, and delivers better results and top precision. The water valve flow allows for heating water up to 80l with a uniform temperature across the full volume. The intuitive interface comprises a low water level alarm, and an automatic stop function. Guaranteed to be watertight thanks to its IPX7 system. Price to the public: €630.



Space economy is an uppermost consideration – but so is saving time and streamlining processes for meal preparation. Moulinex has, to that end, incorporated weighing scales into its Cookeo Touch Pro. “Users can weigh the ingredients directly on the appliance, reducing the need for additional utensils and also cutting back on cleaning. You get better precision in recipes, thus helping users get optimal results time after time, explains Etienne Maurin, food marketing manager at Moulinex. Then there are the 14 cook modes of the I-Companion XL which offer great flexibility, and meet a wide range of culinary needs. Users can complete multiple tasks using a single appliance be it simmering, steam cooking, mixing, kneading, chopping or whisking. It means people save time, meal preparation is easier, and users get to try out a wide range of recipes with different cook types. It is incredibly convenient, and the user gets to make lots of dishes in one single container which also makes cleaning easier.”

Léa Robert (Daan Tech) is confident that not all users of these combination appliances are cooking in small spaces, which may seem counter-intuitive: “Quite a lot of people view that kind of space optimisation as a practical thing, regardless of their home environment. Daan Tech's target market is actually wider than you might think.” By innovating for greater practicality in the kitchen, Daan Tech has managed to embrace other technological opportunities too. The Joe oven, for example, combines five technologies - thereby delivering high-performance cooking outcomes. “30 minutes is all you need to cook a chicken weighing more than 3kg. Joe also has a defrost setting that combines microwave with steam, and there's even a setting for reviving pastries. We are bringing a product to market with standards that have never been reached before” adds Léa Robert.

CONNECTIVITY AT THE SERVICE OF HEALTH

These innovations contribute not only to a more efficient cooking process but also to a wider range of food options conducive to a varied diet – which is great for people's health. Manufacturers have certainly understood that: diet is a key area of concern among French people during 2025, and is part and parcel of a broader trend around health and wellbeing.

Over at Moulinex, the Cookeo Touch Pro's Wifi connectivity is such that users can access a huge recipe library in real time via the device's touchscreen. “People can get automatic updates of new recipes and functionalities, thereby continually enriching their culinary experience. Moreover, the connectivity facilitates a fluid interaction with the MyMoulinex app featuring step-by-step tutorials, personalised cooking tips, and the option to manage the device remotely, explains Etienne Maurin. The app evolves to incorporate new functionalities based on user feedback, and as the technology progresses. It will also feature personalised recipe recommendations in line with user cooking practices, as well as tutorial videos for complex cooking techniques and meal planning options. That option also has the ‘in my fridge’ facility in which the user can input the ingredients they have at home and get recipe suggestions so that the food doesn't go to waste.”



L'emblématique robot multifonction Cooking Chef de Kenwood fait peau neuve, en particulier avec une interface utilisateur améliorée. Cuisson par induction jusqu'à 200°C, balance intégrée, éclairage du bol, sans oublier plus de 30 accessoires en option. Prix public : 1 499 €. The iconic Cooking Chef stand mixer from Kenwood has had a make-over – notably an improved user interface. Induction cooking up to 200°C, integrated weighing scales, in-bowl light, and not forgetting the 30 optional accessories. Price to the public: €1499.



Pliable pour un rangement facilité, le support multi-usage de cuisine Tower de Yamazaki trouve plusieurs applications en cuisine (séchage de 4 verres ou bouteilles, petite poubelle). Prix public : 23 €. The multi-use Tower stand from Yamazaki will fold up for easy storage, and can be used in several ways in the kitchen (drying 4 cups or bottles, or hooking a small bin to it). Price to the public: €23.

tutorielles pour les techniques de cuisine complexes, et des options de planification des repas. Cette dernière intègre également l'option "dans mon

frigo" qui permet à l'utilisateur de sélectionner les ingrédients dont il dispose afin d'avoir des propositions de recettes afin de ne pas les laisser dépérir. »

Pour améliorer l'expérience culinaire et plus concrètement l'expérience gustative, Daan Tech – startup, donc agile par essence – n'a pas attendu pour saisir les opportunités promises par l'émergence de l'intelligence artificielle. « À l'avenir, Joe sera connecté à une application. L'utilisateur pourra récupérer n'importe quelle recette sur internet et le four concoctera la meilleure combinaison de cuisson selon celle-ci. Nous réfléchissons aussi à un modèle conversationnel qui permettra de dialoguer directement avec l'intelligence artificielle dont Joe sera doté, pour améliorer l'expérience utilisateur. »

Nouvelle sur le marché français, la marque danoise Jacob Jensen adopte une approche plus nuancée : « Pour nous, il ne s'agit pas seulement d'utiliser la dernière technologie disponible à tout prix. Un aspect clé de notre processus de conception est d'éliminer les éléments inutiles des appareils électroniques. Nous croyons que ce n'est pas parce qu'une chose est techniquement possible qu'elle doit forcément être mise en œuvre », explique Thomas Bennedsen, PDG de Jacob Jensen. De son côté, le dernier robot Cooking Chef de Kenwood incarne l'évolution des cuisines intelligentes. Sa technologie SwitchScreen permet un contrôle via smartphone, offrant flexibilité et commodité. Les 31 programmes intégrés et la balance au gramme près simplifient la préparation des repas. La personnalisation semble ici aussi être au cœur de l'expérience, avec la possibilité de télécharger et stocker des recettes via l'application dédiée. Multifonction, ce robot se distingue également par sa cuisson par induction jusqu'à 200°C, son grand écran tactile couleur inclinable et son éclairage de bol unique. « En plus des 60 recettes intégrées, l'application permet de mettre des recettes en favoris pour faire ses courses. Ces mêmes recettes sont envoyées au robot », explique Laurence Chané, brand manager chez Kenwood. Pour enrichir l'expérience culinaire et faciliter la planification des repas, Kenwood envisage même des partenariats avec des services de livraison de recettes à domicile. « Récemment, Kenwood a mené une opération avec HelloFresh. Cependant, la collaboration a rencontré quelques obstacles. Hellofresh n'est pas équipé pour développer des recettes

Écologique et économique, la balance de cuisine Little balance fonctionne sans pile : pour la recharger, il suffit de tourner le bouton. Capacité : 5 kg. Ecological and economical, the Little balance scales work without batteries – just press the button down to charge.



La balance de cuisine numérique Smeg est dotée d'une cive amovible en acier inox de 1,8 l, d'un écran LED et de touches en aluminium pour un look moderne et sophistiqué. Capacité maximale : 5 kg. Batterie lithium-ion rechargeable. Conversion en 4 unités (g/ml lb.oz/fl.oz). Prix public : 149,99 €. The digital Smeg kitchen scales have a removable 1.8l basin made of stainless steel, an LED screen, and aluminium buttons for a modern sophisticated look. Maximum capacity: 5kg. Rechargeable lithium-ion battery. Conversion to 4 units (g/ml lb oz/fl oz). Price to the public: €149.99.



To improve the culinary experience and – more concretely – to enhance the taste experience, Daan Tech (a start-up and therefore by nature more agile) has wasted no time seizing the opportunities promised by Artificial Intelligence (AI). "Joe will, in the future, be linked to an app. The user will be able to pull up any recipe on the internet, and the oven will put together the very best cook combination to make the dish. We're also looking at having a conversational model that will talk directly to Joe's AI to improve the user experience."

A newcomer to the French market, the Danish brand Jacob Jensen has adopted a more nuanced approach. "For us, it is not just about using the newest technology no matter what at any price. A key aspect of our design process is to remove the useless elements of electronic appliances. It's our view that just because something can be done at technical level it doesn't mean it should necessarily actually be done," explains Thomas Bennedsen, CEO of Jacob Jensen.

The latest Cooking Chef device from Kenwood incarnates the evolution of the smart kitchen. Its SwitchScreen technology can be managed via a smartphone for convenience and flexibility. The 31 pre-set programmes and the gram scales go some way towards the simplification of meal preparation. At the heart of the experience for this device is personalisation – users can download and store recipes via a dedicated app. The multifunctional appliance is also notable for its induction cooking function up to 200°C, the large tilting colour touchscreen, and the in-bowl light. "As well as the 60 integrated recipes, the app can also be used to store favourite recipes for when they go shopping – and those recipes are sent to the appliance," explains Laurence Chané, brand manager at Kenwood. To enrich the cook experience and simplify meal planning, Kenwood is looking at partnerships with home delivery recipe kit services. "Recently, Kenwood led an initiative with HelloFresh – though that partnership did run up against some obstacles. HelloFresh was not equipped to develop recipes specific to a product, which was Kenwood's initial goal. So we put a coupon presenting our products in HelloFresh boxes inviting people to find out more about certain Kenwood products" details Laurence Chané.

The initiative did not generate direct purchases from the Kenwood website, but it did raise the brand's profile. The De'Longhi group is continuing to look at potential partnerships with HelloFresh with both Kenwood and with its Nutribullet brand, the idea being to reduce the cognitive load of people interested in improving their diet.

LESS IS MORE

Nutribullet is positioned in an everyday quick healthy eating slot, with an iconic design behind which lies technology that has been constantly evolving since the Nutribullet's early days.



Lames affûtées et conception innovante pour la gamme d'éplucheurs de Zyliss. Sharpened blades and innovative design for the range of peelers from Zyliss.

VOLKAO, LE FILTRE À EAU LOW-TECH FRANÇAIS

Le filtre à eau écologique présenté par Warmcook a fait une entrée remarquée sur le dernier salon Ambiente. Volkao est un filtre à eau écologique et low-tech fabriqué en France. Il reproduit le principe de filtration naturelle au cours duquel l'eau traverse des couches de terre, de sable et de roche retenant les particules en suspension. Le filtre qui a nécessité 2 ans de R&D, est composé d'éléments naturels réputés pour leurs vertus purifiantes : argile grise, charbon actif, argent colloïdal, zéolithe (minéral microporeux du groupe des silicates) couplés à une combinaison de plusieurs minéraux. Sa promesse : une filtration haute performance pour tous types de contaminations (pesticides, nitrates, bactéries, résidus médicamenteux, métaux lourds, etc.), certifiée par l'Université française d'Aix-Marseille. Capacité : 10 l ; dimensions : L 29,4 x H 48,2 cm. Produit designé à Marseille ; filtre fabriqué dans le Lot-et-Garonne et dans l'Aude ; poignée et robinet fabriqués dans la Somme ; socle taillé dans le Puy-de-Dôme. Prix public : 299 €.



VOLKAO, THE FRENCH LOW-TECH WATER FILTER

The ecological water filter from Warmcook made quite a splash at the most recent Ambiente trade fair. The Volkao is a low-tech ecological water filter made in France that reproduces the principal of natural filtration in which water travels through layers of earth, sand and rock, the particles being retained in suspension. It took two years of R&D to finalise the device, which contains natural elements that are acclaimed for their purifying benefits: grey clay, active charcoal, colloidal silver, zeolite (a microporous mineral in the silicate group) together with a combination of various minerals. The promise is of high-performance filtration for all kinds of contaminants including pesticides, nitrates, bacteria, pharmaceutical residues and heavy metals. The filter is certificated by the French University of Aix-Marseille. Capacity: 10l. dimensions: L 29.4 x H 48.2 cm. Product designed at Marseille; filter made in the Lot-et-Garonne and Aude region of France; handle and tap made in the Somme region of France, stand made in the Puy-de-Dôme region of France. Price to the public: €299.

spécifiques à un produit, ce qui était l'objectif initial de Kenwood. Nous avons donc inclus un coupon présentant nos produits dans une box Hellofresh, spécifiquement dans la catégorie "dîner rapide" ou "repas rapide en semaine". Ce coupon invitait les consommateurs à découvrir davantage d'informations sur certains produits Kenwood », détaille Laurence Chané.

Si cette initiative n'a pas généré d'achats directs sur le site de Kenwood, elle a néanmoins permis d'augmenter la visibilité de la marque. Aujourd'hui encore le groupe De'Longhi continue de réfléchir à des partenariats avec HelloFresh tant avec Kenwood qu'avec sa marque Nutribullet dans le but de limiter la charge mentale de celles et ceux qui sont soucieux d'améliorer leur alimentation.

LESS IS MORE

Positionné sur le créneau d'une alimentation saine et rapide au quotidien, Nutribullet offre un design iconique qui dissimule une technologie en constante évolution depuis sa création. « *Nutribullet est une marque créée avec un brevet qui permet l'extraction des nutriments, préservant beaucoup plus de vitamines et de nutriments au moment de la phase de mixage qu'avec n'importe quel autre blender* », promet Laura Albanet Martorell, brand manager chez Nutribullet. Cette innovation repose sur une action cyclonique, un procédé protégé par un brevet. Au fil des années, la marque a su conserver sa forme caractéristique tout en adaptant ses produits aux nouvelles tendances de consommation. Les blenders actuels offrent une puissance accrue, allant jusqu'à 1 200 W, permettant la préparation de laits végétaux et de beurres de noix. De plus, les récipients sont agrandis pour répondre aux besoins des familles, offrant la possibilité de préparer des smoothies ou des pâtes à pancakes pour 4 à 6 personnes.

Dernier-né de la famille Nutribullet, l'Ultra+, un blender personnel doté de 2 accessoires pour hacher, râper, émincer et moulin les épices, est conçu pour s'adapter aux évolutions des espaces de vie et des modes de travail contemporains. Prévu pour l'automne 2025, ce nouveau

Laura Albanet Martorell, brand manager at Nutribullet, explains that "*Nutribullet is a brand that was created with a patent for extracting nutrients and retaining far more of the vitamins and minerals at the blending stage than was the case with any other blender.*" The innovation is based on the patent-protected cyclonic action, and over the years the brand has retained its characteristic shape while also adapting its products to new consumer trends. Current blenders feature enhanced power up to 1200W that is ideal for making plant-based and nut butter-based blends. The containers are also larger now as a response to the needs of families, meaning that users can prepare smoothies and pancake batter for 4 to 6 people.

The most recent creation to emerge from the Nutribullet family is the Ultra+: a personal blender with 2 accessories for chopping, grating, slicing and spice-grinding to cater to changes in people's living spaces and in contemporary working modes. The new blender is expected to be on the shelves in autumn 2025, and will feature noise reduction



Un duo d'appareils électroménagers design et fonctionnels chez Casa Bugatti : le grille-pain Romeo et la bouilloire Giulietta, conçus par Andreas Seegatz, incarnent une esthétique harmonieuse et un art de vivre où le design sublime les gestes quotidiens. Prix public : à partir de 259 € l'appareil. A duo of designer and functional household electrical appliances from Casa Bugatti: the Romeo toaster and the Giulietta kettle, designed by Andreas Seegatz. They incarnate a harmonious aesthetic and lifestyle, where great design sublimates everyday tasks. Price to the public: from €259 for the device.

^{NEW}
Margrethe
The Original since 1954



VIVE LA *France*

Nous rendons hommage à la cuisine française avec un set tricolore exclusif comprenant trois bols Margrethe aux couleurs de la France. Le bol Margrethe est une icône du design danois des années 1950, connu et apprécié dans le monde entier pour sa qualité, sa fonctionnalité et son esthétique. Ces bols polyvalents conviennent aussi bien à la cuisine qu'au service, avec des couvercles pour le stockage, et peuvent être utilisés au micro-ondes et au congélateur. Rouge 3 litres, blanc 0,75 litre, bleu 0,25 litre.

DANISH
DESIGN

CARACTÉRISTIQUES

- Matériau Durostima®
- Résistant au four à micro-ondes et au congélateur
- Très résistant à la casse
- Garantie de 5 ans
- Le bol à mixer original depuis 1954
- Élégant et fonctionnel



contact@fh-group.fr



INSTAGRAM B2B



CATALOGUE

YOKO DESIGN : PRATICITÉ ET ERGONOMIE AVEC EASY

Cette année, Yoko Design lance la gamme Easy, une panoplie d'accessoires destinés à faciliter les tâches quotidiennes, en particulier aux personnes qui rencontrent des difficultés manuelles (canal carpien, problèmes articulaires, de préhension, etc.) : ouvre-bocal électrique mains-libres (couverts de ø 3,8 à 10,2 cm) ; ouvre-boîte électrique mains-libres ; râpe à fromage et beurre électrique ; ouvre-bouteille autonome et sécurisé (fourni avec 3 adaptateurs pour les bouchons de ø 12 à 52 mm) ; décapsuleur aimanté automatique ; mini scelleur soudeuse pour fermer hermétiquement les sacs plastiques ; scelleuse sous-vide électrique pour bocaux ; casse-noix et crustacés à crémaillère (démultiplicateur de force) ; presse-ail démultiplicateur de force, presse-citron à crémaillère, moulins à poivre et sel à activation par gravité, moulin à poivre et sel 2-en-1.

Créée à Copenhague en 1958, la marque Jacob Jensen se caractérise par une approche user-friendly fondée sur la simplicité et le minimalisme. Prix public : 200 € le grille-pain ou la bouilloire. Created in Copenhagen in 1958, Jacob Jensen is characterised by a user-friendly approach based on simplicity and minimalism. Price to the public: €200 for the toaster or kettle.



blender intégrera une technologie de réduction sonore. « Cette avancée préfigure les futures gammes Nutribullet qui allieront puissance accrue et discrétion sonore. Aujourd'hui, on ne réveille plus la maison avec son blender le matin », explique Laura Albanet Martorell.

L'intégration harmonieuse dans des espaces de vie partagés et des rythmes de travail flexibles, ainsi que l'utilisation plus confortable et respectueuse de l'environnement sonore domestique, sont au cœur de la philosophie de Jacob Jensen. Cette marque danoise de design, fondée dans les années 1950, propose une approche minimaliste et épurée de la smart kitchen. « Nous avons compris que les fonctionnalités les plus recherchées sont celles qui sont simples, discrètes et conçues pour se fondre dans l'arrière-plan lorsqu'elles ne sont pas utilisées. Notre objectif est d'offrir des appareils de cuisine intuitifs et faciles à utiliser. Les fonctionnalités intelligentes doivent enrichir l'expérience utilisateur sans la compliquer », estime Thomas Bennedsen, PDG de la marque. Louis Ribet, country manager France de F&H Group qui relance Jacob Jensen en alliant modernisation de l'identité de la marque et héritage du design scandinave minimaliste, renchérit : « Le grille-pain Jacob Jensen se distingue entre autres par son fonctionnement silencieux et discret. Il est équipé d'une petite sonnerie très élégante, rappelant une cloche d'étage d'ascenseur dans un palace des années 1920. Outre cette sobriété sonore, le grille-pain et la bouilloire arborent des designs minimalistes. Déclinés en trois couleurs intemporelles, ils se fondent dans n'importe quelle cuisine sans excès de design. La marque élimine tous les irritants des produits moyennement travaillés pour offrir une pureté d'expérience et un confort optimal. Loin d'être uniquement esthétiques, la bouilloire maintient la température pendant 30 minutes, tandis que le grille-pain ajuste automatiquement le temps de cuisson selon la température interne. »

YOKO DESIGN: PRACTICALITY AND ERGONOMIC BENEFITS WITH EASY

Yoko Design launches the Easy range this year: a range of accessories that make those daily tasks that much easier – especially for those that have manual issues such as weak grip, joint problems, and carpal tunnel syndrome. These include a hands-free electric jar opener (for lids that are ø 3.8 to 10.2 cm); an electric hands-free can opener; an electric butter and cheese grater; a secure and autonomous bottle opener (with 3 adapters for caps measuring ø 12 to 52 mm); an automatic magnetic bottle top remover; a mini weld sealing tool for hermetically closing plastic bags; an electric vacuum sealing tool for jugs; a cog-driven tool for cracking nuts and shellfish (crank wrench device); a crank wrench type garlic press, a cog-driven citrus press, gravity-action salt and pepper mills, and a 2-in-1 salt and pepper mill.

technology. "This advance foreshadows future Nutribullet ranges that will bring together enhanced power and noise reduction. People will now no longer wake the entire household with the blender first thing in the morning" explains Laura Albanet Martorell.

At the heart of the philosophy of Jacob Jensen is the harmonious integration of appliances into shared living spaces and flexible work schedules – as well as usage that is more convenient and more respectful of the domestic noise environment. The Danish design brand founded during the 1950s delivers a minimalist pared-back approach to the smart kitchen. "We have seen that the most sought-after functionalities are those that are straightforward, discreet, and designed to blend into the background when they are not in use. We aim to offer kitchen appliances that are intuitive and easy to use. Intelligent functionalities must enrich the user experience without complicating it," says the brand CEO Thomas Bennedsen.

Louis Ribet, France country manager at F&H Group that is relaunching Jacob Jensen by pairing a modernisation of the brand's identity and heritage with minimalist Scandinavian design, adds that "The Jacob Jensen toaster stands out for its quiet and discreet functioning. It has a very elegant alarm that sounds rather like an elevator bell in a 1920s department store. Aside from that noise sobriety, the toaster and kettle have a minimalist design. Available in three classic colours, they blend into any kitchen without being excessively designer. The brand eliminates any irritating product elements and crafts the item so that it delivers optimal comfort and a pure experience. Far from being a uniquely aesthetic thing, the kettle keeps the same temperature for 30 minutes – and the toaster automatically adjusts the grill time in line with the internal temperature."

ENERGY CONSUMPTION AT THE HEART OF THE SMART KITCHEN

Ever since the energy crisis took hold, more and more consumers have in any case been looking to manufacturers to integrate into kitchen products technology that reduces their environmental impact and also cuts electricity bills. Alongside that, those technologies should contribute to a more practical and effective cooking experience. "One of the top expectations among buyers is around energy consumption – an example is the oven, with energy consumption being the third purchasing criterion. The modular basket of the Bob means that users get optimised space filling. With the short cycle, the savings on water are undeniable. As for

LA CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE AU CŒUR DE LA SMART KITCHEN

Par ailleurs, depuis la crise énergétique, les consommateurs sont de plus en plus nombreux à attendre des fabricants qu'ils intègrent dans leurs produits de cuisine des technologies destinées à réduire leur impact environnemental, mais aussi leur facture d'électricité. Parallèlement, ces technologies doivent contribuer à une expérience culinaire plus efficace et pratique. « *La consommation énergétique fait partie des attentes premières des acheteurs : il s'agit du troisième critère d'achat d'un four, par exemple. Avec Bob, et son panier modulaire, le remplissage est optimisé. Adossée à un cycle court, l'économie d'eau est indéniable. Quant à Joe, pour ne parler que de la cuisson vapeur, l'économie est de l'ordre de 70 %* », souligne Léa Robert (Daan Tech), soulignant que ces économies sont quantifiées dans un rapport d'impact.

La marque Little balance s'est engagée dès le départ pour une innovation technologique, en faveur de l'écoresponsabilité et de la durabilité de ses produits. Fondée en 2013 par Didier Cadeau, expert français dans le domaine du pesage, l'entreprise s'est démarquée des marques traditionnelles en misant sur l'innovation constante : « *Little balance propose deux types de balances sans piles : les balances à technologie cinétique qui fonctionnent grâce à un bouton qui se tourne pour générer de l'énergie, et les balances USB rechargeables, équipées d'un accumulateur rechargeable par USB. Aujourd'hui, les ventes se répartissent à 60 % pour l'USB et 40 % pour le cinétique. Opter pour ces modèles représente une réduction considérable de l'empreinte environnementale pour le consommateur. Et pour cause : avec les piles, 100 g de déchets chimiques sont générés sur une dizaine d'années. Avec la technologie USB, vous plafonnez à 6 ou 7 g, et zéro avec la technologie cinétique* », explique George MacGregor, directeur général de Little balance. La marque ne s'arrête pas là et étend son engagement écologique à d'autres produits, telles que ses carafes filtrantes intelligentes gérées par application, ou encore ses appareils de cuisson sans PFAS, répondant ainsi aux nouvelles attentes des consommateurs en matière de santé et d'environnement.

Pour participer à l'avènement de cuisines toujours plus intelligentes, Moulinex s'inscrit dans la même démarche de réduction de la consommation. « *Moulinex est une entreprise pionnière dans le domaine de l'écoconception. Tout d'abord dans la production, en incluant des matériaux recyclés et recyclables, mais également sur la réduction de la consommation d'énergie des appareils. Nos produits phares, tels que Cookeo, permettent de réduire la consommation d'énergie jusqu'à 80 % par rapport à une cuisson traditionnelle (test réalisé en 2022 sur les pommes de terre). La conception pour la durabilité et la réparabilité sont également au cœur de la stratégie du groupe, avec des produits réparables pendant 15 ans* », explique Etienne Maurin.

L'ÉCOCONCEPTION AU SERVICE D'UNE DÉMOCRATISATION DE LA TECHNOLOGIE

Tous s'accordent à dire qu'en France, l'industrie de l'électroménager présente un défi majeur pour la recherche et développement (R&D). En effet, elle nécessite des investissements importants en capital avec des retours sur investissement qui peuvent prendre du temps, ce qui peut dissuader les investisseurs.

« *Actuellement, nous sommes engagés dans une levée de fonds pour sauver Daan Tech et poursuivre la réindustrialisation* », concède Léa Robert (Daan Tech). Pour atteindre un tel niveau d'innovation tout en permettant une intégration démocratique sur le marché, la startup a renoncé à des marges trop généreuses. « *Nous n'avons pas les mêmes marges que nos concurrents chinois. Nous équilibrons notre ambition technologique avec une stratégie commerciale responsable. Nous avons par exemple consigné notre lave-linge Bob qui garde sa valeur dans le temps grâce à son indice de réparabilité élevé. La robustesse des composants de Bob et la circularité que nous mettons en place chez Daan Tech contribuent également à proposer des prix abordables pour le revendre reconditionné. Nous reprenons Bob à nos clients en échange*



Le Carbonator 3 d'Aarke garantit une carbonatation précise, procurant des bulles légères et régulières. Avec ses lignes minimalistes et sa conception en acier inoxydable 100% sans soudure, il se distingue par son design épuré. Cette saison, la machine à eau se pare d'une teinte Burgundy évoquant la douceur du velours (édition limitée, disponible à partir d'avril 2025). Prix public : 210 € (livré avec une bouteille 1 l en PET). The Carbonator 3 from Aarke delivers impeccable carbonation with light, even bubbles. The minimalist lines and 100% stainless steel solder-free design make for a distinct cleanswept look. The sparkling water machine sports a Burgundy tint this year evoking the softness of velvet (limited edition, available from April 2025). Price to the public: €210 (comes with a 1l PET bottle).

the Joe, the savings are around 70% when you talk about the steam cooking alone,» emphasises Léa Robert (Daan Tech), adding that those savings are quantified in an impact report.

From the outset, Little balance has been committed to technological innovation that works in favour of its products' eco-responsibility and sustainability. Founded in 2013 by Didier Cadeau, a French expert in the science of weighing, the business has stood apart from traditional brands in focussing on constant innovation. «*Little balance has two battery-free scale types: kinetic technology scales that work via a button you press down to generate energy, and then there are the USB-rechargeable ones that have an accumulator that you charge via a USB. Sales are currently a 60-40 split between the USB (60%) and the kinetic one (40%). When a consumer opts for one of those two, they end up with a significantly reduced environmental footprint. It certainly adds up: batteries generate 100g of chemical waste in a decade. With USB technology, that will only get to 6 or 7g, and the footprint is zero with kinetic energy,*» explains George MacGregor, CEO at Little balance. The company is not stopping there – its environmental commitment is extended to other products too, including its app-managed intelligent carafes and PFAS-free cooking appliances, thereby responding to new consumer expectations around health and the environment. Moulinex is involved in the advent of ever smarter kitchens and is likewise driving forward a reduction in consumption. «*Moulinex is a pioneer name in eco-design. Starting at the production phase, we make use of recycled and recyclable materials and we also drive down the energy consumption of these devices. Our flagship products like the Cookeo drive energy consumption down by 80% compared to traditional cooking (according to trials run on potatoes in 2022). Also at the heart of the group's strategy is design that focusses on reparability and sustainability, with products repairable for 15 years*», explains Etienne Maurin.

ECO-CONCEPTION AT THE SERVICE OF BRINGING TECHNOLOGY TO THE MASSES

The household electrical appliances industry presents a significant research and development (R&D) challenge in France – and nobody disagrees on that. Significant capital investment is required before a return on that investment can be realised – that can take time, and because of that investors could be dissuaded.

«*We're currently engaged in a fundraising exercise to save Daan Tech and to press on with reindustrialisation,*» adds Léa Robert (Daan Tech). The start-up has turned its back on overly generous margins in order to achieve the levels of innovation they want while also gaining widespread acceptance into the marketplace. «*We don't have the same margins as do our Chinese competitors. Our technological ambition is balanced by a responsible business strategy. For example, we have an arrangement for our Bob washing machine, an appliance that holds its value over time thanks to its high reparability index. The robustness of the Bob components and the circularity that we implement at Daan Tech also contribute to being able to keep the price of the refurbished Bob*

d'un remboursement de 80 €. Face à des modèles économiques linéaires, notre circularité nous permet de démocratiser nos innovations tout en réduisant notre empreinte environnementale. Nous réfléchissons d'ores et déjà à un modèle similaire pour Joe avec des aspects liés au nettoyage de la cuve et à l'effacement des potentielles rayures. L'idée est toujours d'éviter la multiplication des appareils. »

Les efforts sont aussi palpables au sein du groupe suisse DK Household Brands : « Nous sommes engagés dans une démarche d'écoconception, avec un fort accent sur l'utilisation de matériaux durables. Chez Zyliss, nous avons fait le choix d'intégrer des matériaux comme la paille de blé, ce qui nous permet de réduire de manière significative la consommation de plastiques vierges, jusqu'à 50 % dans certains cas », rappelle Laëtitia de Kilkhen.

L'approche de la marque suédoise de café Sjöstrand fondée en 2012 allie design scandinave, durabilité et qualité du café. « Notre vision était de créer une machine à café durable, tant dans sa conception que dans son design. Elle se démonte et se répare. C'est en plus une véritable icône de design dans notre catégorie, quelque chose que l'utilisateur souhaite garder sur son comptoir de cuisine pendant des années. Et nous ne nous arrêtons pas là : après avoir développé des capsules biodégradables compatibles avec Nespresso qu'il est possible de se faire livrer, nous avons développé des capsules de matcha », se réjouit le CEO de Sjöstrand, John Ekeberg.

PARTICIPER À L'INCLUSIVITÉ

En intégrant leurs innovations à la tendance smart kitchen, les fabricants ne se contentent pas d'améliorer l'expérience culinaire, ils rendent également la cuisine accessible et attrayante pour ceux qui, légitimement, la considéraient auparavant comme une corvée. « Plus besoin de se baisser avec le lave-vaisselle. Bob, il peut être posé sur un plan de travail. Nous avons reçu de bons retours d'expériences de personnes à mobilité réduite », témoigne Léa Robert (Daan Tech).

La marque Homey's met également la R&D au service de l'inclusivité. Elle se concentre sur la création d'outils de cuisine innovants, intuitifs et accessibles à tous, notamment aux personnes malvoyantes. Sa gamme de couteaux Sensory Cooking repose sur l'idée que le toucher est essentiel dans l'expérience culinaire. Les outils sont conçus pour être utilisés sans recourir à la vue. « Les personnes atteintes de déficience visuelle excellent en intuition tactile. Sensory Cooking y répond en privilégiant la clarté : formes intuitives, poignées ergonomiques et utilisation fluide, même dans l'obscurité ou le désordre. Ce qui fonctionne pour elles se révèle efficace pour tous. En éliminant le superflu – bords inconfortables, détails confus – le design devient minimaliste et fonctionnel. Il ne reste que l'harmonie : courbes franches et textures naturelles au toucher. La forme suit la fonction, créant une élégance visuelle à travers la pureté tactile, explique Mirjam Boelhouwer, responsable marketing chez Homey's. La collection Sensory Cooking résulte de quatre années de développement, rythmées par des phases de recherche, de prototypage et d'itérations. Une collaboration avec les organisations Visio et Bartiméus, ainsi qu'avec le designer Simon Dogger, atteint de cécité, a ancré notre travail dans des besoins concrets. Ces utilisateurs sont devenus cocréateurs, leurs expériences influençant directement nos prototypes. Les thérapeutes en réadaptation et les instructeurs de cuisine ont traduit des besoins "invisibles", tels que la conscience spatiale ou les risques potentiels, en ajustements tangibles du design. » Au-delà des couteaux, la marque développe également des plans de travail dotés d'haptiques.

Les cuisines intelligentes révolutionnent ainsi le rapport à l'alimentation, alliant innovation, durabilité et inclusivité. Qu'elles misent sur la connectivité avancée ou l'ingéniosité low tech, ces technologies transforment la tâche culinaire en expérience enrichissante. En attendant l'arrivée des premiers assistants robotisés, les consommateurs devraient prendre toujours plus de plaisir à cuisiner dans des espaces toujours plus intuitifs, adaptés à leurs besoins et respectueux de l'environnement. ●

reasonable. We will take a Bob off our customer in exchange for an €80 refund. Our circularity in the face of linear economic models means that we can bring our innovations to the masses while also reducing our environmental footprint. We're already looking carefully at a similar model for the Joe with aspects linked to the cleaning of the container section, and the removal of any scratches. The idea is always to avoid having loads and loads of appliances."

Those kinds of efforts can also be seen at the Swiss group DK Household Brands: "We are engaged in eco-design initiatives with a strong emphasis on using sustainable materials. At Zyliss, we made the decision to incorporate materials such as wheat straw so that we cut the use of virgin plastic by quite a lot – up to 50% in some cases," recalls Laëtitia de Kilkhen.

The approach of the Swedish coffee brand Sjöstrand founded in 2012 allies Scandinavian design with sustainability and high-quality coffee. "Our vision was to create a coffee machine that is sustainable in terms of design and concept. It can be dismantled and repaired. It's a real design icon in our category – something that the owner will want to keep on their kitchen counter for many years to come. That's not the end of it, either: having developed biodegradable capsules that are compatible with Nespresso that can be delivered, we also developed matcha capsules," said Sjöstrand CEO John Ekeberg.

BEING INVOLVED IN INCLUSIVITY

Manufacturers are not content with just enhancing the culinary experience when they integrate their innovative features into the smart kitchen trend – they are also making the cooking experience more accessible and appealing to those who quite understandably once considered it rather a chore. "You don't have to bend down to use the Bob dishwasher – it will sit on a worktop. The feedback from those with limited mobility has been very positive," explains Léa Robert (Daan Tech). Homey's is likewise bringing its R&D to the service of inclusivity, concentrating on coming up with kitchen tools that are innovative, intuitive and accessible to all – particularly for those with limited vision. The Sensory Cooking range is based on the notion that the sense of touch is critical to the cooking experience. The tools are designed to be used without needing to be seen. "People with limited vision have great tactile intuition. Sensory Cooking is a response to that, and opts for clarity above all else: intuitive shapes, ergonomic grips, and fluid usage even when it is dark or untidy. What is good for them actually turns out to work for everyone else too. When you strip away anything superfluous – uncomfortable edges, confusing details – the design becomes functional and minimalist. All you have left is harmony – clear curves and a natural-touch feel. Form follows function creating a visual elegance through tactile purity, explains Mirjam Boelhouwer, marketing manager at Homey's. The Sensory Cooking collection is the outcome of four years of development punctuated by periods of research, prototype testing, and various iterations. We worked in partnership with the organisations Visio and Bartiméus, as well as with the designer Simon Dogger who is blind, to anchor our work in concrete needs. The users became co-creators, and their experiences directly influenced our prototypes. Rehabilitation therapists and cooking instructors translated 'invisible' needs such as spatial awareness and potential risks and made tangible adjustments to the design." Aside from knives, the brand has also developed worktops with haptic features.

Smart kitchens are revolutionising our relationship with the way we feed ourselves, bringing together innovation, sustainability, and inclusivity. The technologies might focus on advanced connectivity or low-tech ingenuity – either way, they are transforming culinary tasks into enriching experiences. As consumers come to expect the arrival of the first automated assistants, they can continue to take pleasure in preparing food in spaces that are ever more intuitive, adapted to their needs, and environmentally sound. ●