

LA CUISSON OUTDOOR : UN MARCHÉ EN PLEIN ESSOR

Kamado, brasero, barbecue, four à pizza, etc. : jamais la proposition pour cuisiner en extérieur n'a été aussi fournie. La montée en gamme, amorcée il y a 2 ans, devrait continuer sur sa lancée.

■ Par/by Céline Vautard

Plus seulement un marché saisonnier, la cuisson outdoor intéresse désormais les consommateurs toute l'année. « *La cuisine en extérieur est une forte tendance qui se veut de plus en plus complète*, note Sophie Maillot, chef de produit mobilier de jardin, protection du soleil, barbecues et planchas chez Leroy Merlin. *Plus qu'une technologie de produits, c'est avant tout un style de vie qui se développe autour de nouveaux modes de cuisson dans un esprit collectif.* »

RENOUVEAU DE LA CUISINE EN EXTÉRIEUR

Loin de l'esprit barbecue, camping et produits "cheap", la nouvelle tendance valorise des articles innovants et plus hauts de gamme.

« *Nous avons découvert depuis une dizaine d'années de formidables produits comme les kamados, les barbecues à pellets, les braseros Ofyr et nous savions déjà que ces produits allaient rencontrer un fort succès à l'avenir*, confie Éric Moley, fondateur de l'enseigne Barbecue & Co. *La nouveauté de ces techniques et de leur design sont incontestablement devenus des locomotives pour le marché. Leurs multiples fonctionnalités, la possibilité de tout cuire sans raté, une large variété d'accessoires et leur design expliquent le succès. Ces produits existent depuis quelques années, mais restaient confidentiels. Leur véritable démarrage date de 2 ou 3 ans et les ventes se développent rapidement.* »



ZiiPa décline désormais son four à pizza Piana en version gaz. Prix public : 399 €. ZiiPa now has a gas version of its Piana pizza oven. Price to the public: €399.

No longer just a seasonal market, outdoor cooking now appeals to consumers all year round: "Outdoor cooking is a pronounced trend that is becoming more and more widespread notes Sophie Maillot, product manager for garden, sun protection, barbecues and planchas at Leroy Merlin, *It's about more than technologically advanced products, it is above all about a lifestyle that develops around new ways of cooking with a community mindset.*"

REVIVAL OF OUTDOOR COOKING

A far cry from the environment of low-cost camping, barbecues and cheap products, the new trend focusses on higher-end and innovative articles.

"We encountered amazing products across the last decade such as the kamado, pellet barbecue, and the Ofyr brasero - we already knew even then that these products would be hugely successful in the future, comments Éric Moley, founder of Barbecue & Co, *The novelty of the production techniques and their design have undoubtedly driven the market. Their success can be explained by their multiple functionalities and by the way you can cook anything on them without messing it up, as well as the wide variety of accessories and the great design. These products have been around for a few years but were a well-kept secret, however in the past 2 or 3 years their popularity has quickly grown.*"

OUTDOOR COOKING: A BOOMING MARKET

Kamado, brasero, barbecue, pizza oven, etc – there's never been such an abundance of outdoor cooking appliances. The shift upmarket got under way 2 years ago, and is expected to go onwards and upwards.



Ofyr décline le brasero sur des unités modulaires avec plan de travail et décline de nombreux accessoires de cuisson. Prix public à partir de 1.795 €. : Ofyr sells the brasero with modular units with a work surface, and also sells a number of cook accessories. Price to the public from €1795.

« Même les chefs et certains types de traiteurs, à l'image de ceux de Gueuleton, proposent des mets préparés au brasero, valorisent la cuisson en extérieur, confirme Hans Fitters, country director France pour le groupe Fyron (Ofyr, The Bastard). La flamme, à l'image de la cheminée, rassemble et rassure. Les Français aiment de plus en plus profiter de leur terrasse et extérieur pour prolonger la saison estivale. »

L'enseigne The Gastronomie House à Lyon distribue les marques The Bastard et Ofyr depuis leur arrivée sur le marché français et les met en scène via une activité d'événementiel "show cooking" en région Rhône Alpes Auvergne. « On ne parle plus de tendance mais désormais d'un vrai nouveau marché concurrentiel de la table de cuisson et des fours kamados en céramique, prenant des parts de marché sur les barbecues et les planchas traditionnels », estiment Maxence Balas et Cédric Fauchille, gérants associés de The Gastronomie House. Les traiteurs et les restaurants à thème créent des ambiances et des menus dédiés à cette cuisine plaisir, créative et très fun. Les cuissons deviennent saines car elles ne se font plus en direct sur la flamme, l'entretien est simple et rapide, la convivialité est le mot d'ordre. »

DES PRODUITS MULTIFONCTIONS

Loin du classique barbecue, place à tout un tas d'innovations qui, en extérieur, permettent de mijoter, cuire à la casserole, de griller la viande, de la rôtir ou de la braiser, et de faire une pizza. Parmi les produits phares, le kamado, barbecue traditionnel japonais alimenté au charbon de bois, est la nouvelle star. Durant la cuisson des aliments dans cet œuf

"Even Chefs and some caterers, like those at Geuleton for example, offer dishes prepared using a brasero – and that enhances the reputation of outdoor cooking, says Hans Fitters, country director France for the Fyron group (Ofyr, The Bastard), The flame brings people together and is soothing, just like a fireplace. French people are increasingly making the most of their terrace and outdoor area as a way of extending the summer season."

The Gastronomie House at Lyon has been distributing the brands The Bastard and Ofyr since they came onto the French market, and showcases them via 'show-cooking' events in the Rhône Alpes Auvergne region of France. "We don't talk about it being a trend anymore, it's now a proper competitive market in the cooking arena. Ceramic kamado ovens are winning market share from traditional planchas and barbecues, says Maxence Balas and Cédric Fauchille, associate managers of The Gastronomie House, Caterers and themed restaurants create menus and ambiances dedicated to this kind of cooking that is creative, pleasurable, and a lot of fun. Dishes are healthy as they are not cooked directly over a flame, and the ovens are easy and quick to maintain. The overarching sensation is one of conviviality."

MULTIFUNCTION PRODUCTS

The new outdoor cooking appliances are a far cry from the traditional barbecue, and allow for a huge range of outdoor innovations – they can be used to make pizza, simmer food, and grill, roast and braise meat as well as cook a casserole dish. Among the flagship products is the new

en céramique, l'air pénètre par le fond de l'appareil et passe au travers du charbon de bois pour ressortir par la cheminée d'évacuation. Un flux d'air permanent permettant au charbon d'augmenter progressivement en température. « C'est un peu comme un four avec l'avantage de ne pas dépendre de l'électricité et de procurer les saveurs du barbecue, explique Hans Fitters. C'est clairement une nouvelle tendance de cuisine où l'on (re)prend le temps de faire les choses. » Chez The Bastard, le kamado (prix de vente public de 600 € à plus de 2000 €) dénombrerait 25 points de vente en France l'an passé, il en compte le double en 2023. Sans compter qu'il s'accessorise de grilles en tout genre, insert à pizza, pics de rôtisserie, sauces et voire de livres de cuisine avec des recettes de chef.

Les fours multifonctions ont aussi la cote, notamment celui à pizza devenu ultrapopulaire.

« Le marché des fours outdoor croît de 10 % chaque année même après la pandémie, précise Jérôme Tricault, fondateur et dirigeant des fours Coccinelle. Le four en extérieur, en particulier le nôtre, est en céramique réfractaire qui permet de cuire à une température homogène les poissons comme sur une plancha mais avec un goût de fumé, les viandes sont saisies car le four monte à 500°C et restent chaudes à cœur, les pizzas défilent toutes les 3 minutes et à la redescente en température, on peut placer un magret de canard en ouvrant les ouvertures arrière et supérieures pour le fumer en 20 minutes. »

La marque écossaise Ooni, née en 2013, a vu ses ventes devenir internationales. « Ooni est passée d'une petite expérience dans un jardin familial à une entreprise multiprimée. Notre siège social à Édimbourg est en constante expansion : nous avons ouvert des bureaux à Austin (États-Unis), et à Bonn (Allemagne), détaille Agathe Lepère, brand manager France de la marque. Aujourd'hui, nos fours sont vendus sur notre site et par des détaillants dans plus de 90 pays. En France, nous travaillons avec des enseignes généralistes (Darty, Boulanger, Fnac) et spécialisées



Four à pizza Ooni Karu 16. Prix public : 799 €. Ooni Karu 16 pizza oven. Price to the public: €799.

star, the kamado – the traditional Japanese barbecue that heats up with wood charcoal. When food is cooked in this ceramic egg, air comes in through the base of the appliance and then travels through the wood charcoal, exiting via the chimney. The air flow means that the charcoal heats up gradually. "It's a bit like an oven, the benefit being that you don't depend on electricity, and you get the barbecue flavour, explains Hans Fitters, It's clearly a new cooking trend in which you turn to (or return to) taking the time to do things." In the case of The Bastard, the kamado (sale price to the public from €600 to over €2000) was on sale at

25 points of sale across France last year, a figure that is expected to double in 2023. Over and above that are the grill accessories of all kinds such as pizza inserts, roasting rods, sauces, and even cookbooks with Chef recipes in them.

Multifunctional ovens are doing well too, particularly pizza ovens which are firing on all cylinders. "The market for outdoor ovens is growing by 10% every year, even since the pandemic, points out Jérôme Tricault, founder and manager of Coccinelle ovens, The outdoor oven, particularly ours, is made of resistant ceramic for an even temperature cook for food, just like on a plancha but with a smoky taste. Meat can be seared, as the oven will go up to 500°C and remain warm at its core. Pizzas can be cooked every 3 minutes - and as the temperature drops, you can put a duck breast in and smoke it in 20 minutes by opening the rear and upper openings."

The Scottish brand Ooni began life in 2013, and has seen its sales go international. "Ooni went from being a low-key experience in a family garden to an award-winning business. Our headquarters at Edinburgh are expanding all the time and we have opened offices in Austin (USA) and in Bonn (Germany), comments Agathe Lepère, Ooni's France brand manager, These days our ovens are sold via our website and by retailers in over 90 countries. In France, we work with general outlets (Darty, Boulanger, Fnac) as well as specialist ones where our customers can get advice. We are constantly working on new business partnerships, as we want our ovens to be accessible to as many people as possible."



Créé en 1974 à Atlanta (Géorgie, États-Unis), Big Green Egg célébrera ses 50 ans en 2024. La marque s'est implantée en France en 2015, faisant ainsi figure de pionnière puisque le kamado était alors peu connu sur ce marché. Une offre qui a particulièrement séduit les chefs, puisque Big Green Egg équipe environ 400 restaurants. La marque a aussi constitué un réseau de distribution de 200 revendeurs environ, pour les professionnels et les particuliers. Le kamado Big Green Egg est conçu dans une céramique dense et fine, garantie à vie, qui restitue une inertie de chaleur exceptionnelle (brevet développé par la Nasa). Il procure donc précision et stabilité de température et se révèle économe en charbon de bois. Nouveauté 2023 en termes d'accessoires, un tournebroche électrique, disponible en France à partir de juin (prix publics : 389 € pour le modèle L, 489 € pour le XL). The Big Green Egg was created in 1974 in Atlanta (Georgia, USA) and celebrates its 50th birthday in 2024. The brand came to France in 2015, blazing a trail since the kamado was not well known in the marketplace. The product appealed to Chefs in particular, as the Big Green Egg can be found in about 400 restaurants. The brand put together a distribution network of about 200 retailers for personal shoppers and for the trade. The Big Green Egg kamado is made of fine, dense ceramic and has a lifetime guarantee. It features outstanding heat inertia (a patent developed by Nasa), delivering temperature stability and precision as well as being economic with the wood charcoal it uses. New in 2023 as far as accessories are concerned is an electric roasting spit available in France from June (price to the public: €389 for the L model, €489 for the XL).

ARCOS®

MADE IN SPAIN - SINCE 1734

NOUVEAUTÉS
LA FAMILLE S'AGRANDIT!



Les manches en bois de la série NORDIKA proviennent de forêts gérées durablement et labellisées FSC®



La marque de la gestion forestière responsable

10
YEARS
GUARANTEE

NÓRDIKA



L'ESPRIT NATURE

MADE
IN
SPAIN

Arcos partenaire officiel:



basque
culinary
center



Prix public à partir de 45 €

ARCOS FRANCE - 0473697816

arcos.france@arcos.com



www.arcos.com

BARBECUE & CO, UN UNIVERS 100% DÉDIÉ À LA CUISINE AUTOUR DU FEU

La société Barbecue & Co a été fondée en 2008. « À cette époque nous étions le premier et le seul magasin sur ce créneau. Aujourd'hui encore les spécialistes se comptent sur les doigts d'une main », confie Éric Moley, fondateur et dirigeant de l'enseigne. Sur 1 500 m², celle-ci vend plus de 300 marques (appareils de cuisson mais également une grande partie épicerie) dont une centaine de planchas, barbecues, braseros. Depuis peu, le lieu dispose d'un showroom cuisine extérieure avec une équipe et un showroom. « Pendant ces 14 ans, nous avons observé une spectaculaire évolution du marché : la perception du barbecue a changé. La discipline est tout simplement passée d'une sorte de "beaufitude" (sic) pour devenir chic. Le jardin est devenu une pièce à vivre qui s'équipe comme tel, y ajoutant piscine, coin repas, salon et barbecue. Ensuite, le matériel a évolué : le temps est loin où le grilleur était au fond du jardin, enveloppé de fumée. Aujourd'hui, de nombreux matériels permettent d'être avec les amis ou la famille. Enfin, la montée en gamme est flagrante : du barbecue charbon à celui à gaz, des petites planchas vers des grandes, l'arrivée de nouveaux concepts, tout concourt à la valorisation du marché. »

BARBECUE & CO, A WORLD 100% DEDICATED TO COOKING AROUND THE FIRE

Barbecue & Co was founded in 2008. "At the time, we were the first and only store in that niche. Even now, you could count the number of specialists on the fingers of one hand," says Éric Moley, founder and manager of the store that covers an area of 1 500 m², selling over 300 brands (including cooking appliances but there is also a large food section) of which there are around a hundred planchas, barbecues and braseros. The store recently got itself an outdoor kitchen area with a showroom and its own staff. "We have observed a spectacular evolution in the market across the last 14 years: the perception of the barbecue has changed. The discipline has quite simply transformed itself from being a bit unrefined, if I can put it that way, to being something chic. The garden has become a living space that is equipped as such through the addition of a pool, and an area for dining, relaxing, and for the barbecue. The hardware has evolved too – it's been a long time since the grill person was at one end of the garden enveloped in smoke. There are all kinds of things you can get that make it possible to hang out with friends and family. The shift upmarket is really evident: we've gone from the charcoal barbecue to the gas barbecue, from small planchas to large ones, and we have new designs too – everything is coming together to boost the value of the market."





SINCE 1888



SILENCE® PRO

Perfection sur le feu.

Avec l'effet wow : la nouvelle série Silence® PRO de RÖSLE.

Confort total et équipement complet avec tout ce dont un ustensile de cuisine moderne a besoin: la série d'ustensiles de cuisine innovante Silence® PRO de RÖSLE. Créez le facteur wow dans votre cuisine.

Innovante et pas seulement un point culminant visuel. La nouvelle série d'ustensiles de cuisine Silence® PRO impressionne par ses poignées élégantes sur la casserole et le couvercle, qui sont recouvertes de silicone correspondant également au rebord du couvercle. Ainsi elles protègent de la surchauffe lorsque vous les manipulez et elles tiennent bien dans votre main.

Un autre avantage est que le couvercle peut être accroché sur le côté de la poignée de l'ustensile. Cela rend le couvercle particulièrement facile à poser et la condensation qui s'écoule est immédiatement récupérée par le bord du couvercle et ne coule pas sur la surface de travail.

VERSER

Verser directement sans passoire ou maniques!

Position 1 - Pour les pâtes fines
Position 2 - Parfait pour par ex.
des pommes de terre



VAPEUR

Entre le couvercle et le corps de l'ustensile la vapeur peut s'échapper. Parfait pour les hottes aspirantes incluses dans la table de cuisson.



Point fort! Le nouveau couvercle en verre.

Il permet de verser directement de l'eau chaude sans utiliser ni maniques ni passoire. Si le couvercle est légèrement repoussé et fixé dans une position prédéterminée, les aliments grossiers tels que les pommes de terre peuvent être égouttés rapidement et sans passoire. Si le couvercle reste affleurant sur la casserole, les légumes fins et les spaghettis peuvent être égouttés directement.

Breveté - Le couvercle et ses diverses innovations.

Le nouveau couvercle en verre est également équipé d'une sortie de vapeur latérale, qui convient parfaitement aux hottes aspirantes intégrées directement dans la table de cuisson - et est donc un chef-d'œuvre breveté avec toutes ses fonctions.

Excellent : Vainqueur du Red Dot Award 2021 et vainqueur du test pan ETM (12/2021).

CONDENSATION

Ici rien ne coule à côté ! L'eau qui s'écoule est immédiatement récupérée par le rebord récupérateur de vapeur du couvercle.



ENCASTRABLE

Le couvercle en verre peut être facilement inséré directement dans l'une des poignées latérales de façon sûre tout en gagnant de la place. Intelligent!



La série comprend des traiteurs et demi-traiteurs, des poêles à frire ou de service, une poêle à crêpes, une casserole et un cuit-vapeur en acier inoxydable. Équipée du revêtement anti-adhésif résistant ProResist - adapté également pour les ustensiles de cuisine en acier inoxydable.





The Bastard est la fierté néerlandaise par excellence en matière de barbecues. Ici, The Bastard VX en version medium ou large. Prix public à partir de 1 899 €. The Bastard is Dutch pride par excellence when it comes to barbecues. Shown here is the Bastard VX in medium or large version. Price to the public from €1899.

dans lesquelles nos clients trouvent du conseil. Nous développons sans cesse de nouvelles collaborations, car nous souhaitons que nos fours soient accessibles au plus grand nombre. »

LE BRASERO MONTE AU CRÉNEAU

Autre produit qui s'est démocratisé et voit ses ventes progresser : le brasero. « Les ventes ont progressé de 22% en 2021 (source : Promojardin) et on constate les mêmes chiffres chez Gamm Vert, note Martin Lafargue, chef de produits cuisson extérieur, combustibles, piscines et cuisine en plein air de l'enseigne. Cet article ne se vend plus seulement au printemps, il attire désormais les clients toute l'année avec une utilisation multiple qui décore, réchauffe et permet de cuisiner. Il revêt un énorme potentiel en termes de ventes. »

Né en 2015 aux Pays Bas, Ofyr propose des produits combinant brasero et plancha. « Nous avons une longue histoire avec le barbecue alors qu'en France, la plancha est plus développée, souligne Hans Fitters. Le brasero est plus récent et sa forme permet de se réchauffer autour et de cuisiner au feu de bois. Nous avons développé un produit double fonction : le brasero-plancha pour cuisiner autour de la flamme. On peut y ajouter une grille, cuire à la casserole et depuis peu nous avons un set four à pizza. »

La cuisine en extérieur a donc de beaux jours devant elle. « Le marché est structurellement en croissance sous l'effet combiné de l'avancée du taux d'équipement, de l'augmentation de la valeur des produits et enfin du multi-équipement (barbecue + plancha = brasero par exemple), conclut Éric Moley. Après deux ans de forte croissance (en 2020 et 2021), l'année 2022 a vu le marché se contracter. Un recul de 15% environ est évoqué, à comparer cependant à une année 2021 exceptionnelle et on peut estimer, malgré le contexte peu encourageant, que le marché repartira à la hausse. » ●



Le four à pizza au feu de bois Coccinelle est réalisé artisanalement, en céramique réfractaire. Prix public : 649 €. The Coccinelle wood-fired pizza oven is artisan-made in refractory ceramic. Price to the public: €649.

THE BRASERO GOES UP IN THE WORLD

Another item that has become more widespread and whose sales are increasing is the brasero. "Sales were up 22% in 2021 (source: Promojardin) and we are seeing the same figures at Gamm Vert stores, notes Martin Lafargue, manager of outdoor and open-air cooking products, fuel-based products and pools for the brand, The brasero is no longer just a spring-time sale, it now appeals to customers all year round. It has multiple uses – it is a decorative item, it heats up food, and you cook with it. The sales potential is enormous."

Ofyr came about in 2015 in the Netherlands, and offers products that are a combination of the brasero and the plancha: "We have a long history of barbecue cooking, whereas in France the plancha is better-developed, points out Hans Fitters, The brasero is more recent, and its shape is ideal for gathering round to keep warm and for cooking over a wood fire. We have developed a dual-function product: the brasero-plancha for cooking around a flame. You can add a grill to it or you can cook a casserole, and we recently added a pizza oven set."

The future is certainly bright for outdoor cooking. "Structurally, the market is growing, what with the combined effect of the increased rate of ancillary equipment, the higher value of products, and also the multi-equipment phenomenon (barbecue + plancha = brasero, for example) concludes Éric Moley, After two years of strong growth in 2020 and 2021, the market contracted in 2022. We are looking at a 15% downturn compared to the year 2021 which was an exceptional year. Despite a not particularly encouraging market environment, there's good reason to believe that the market will go up once again." ●



En janvier, Louis Tellier a dévoilé Marcel, créé dans l'esprit des fours à pain d'antan. Un four de qualité professionnelle, facile à transporter (pieds rabattables, cheminée démontable) et simple d'utilisation grâce à un foyer à combustion arrière (bûchettes de bois, charbon ou pellets) et un système breveté de clapet bloque-flamme permettant de maîtriser tous les types de cuisson. Polyvalent et doté d'une pierre réfractaire (330 x 370 mm, épaisseur 15 mm), il permet de réaliser des cuissons basses (150 à 200°C) ou rapides (450°C) ainsi que des fumages à froid. Poids : 36 kg. Prix public : 1 190 €. In January, Louis Tellier lifted the veil on the Marcel, designed with the bread ovens of old in mind. It is a professional-quality oven that is easy to transport (telescopic legs, removable chimney) and also easy to use thanks to the rear combustion chamber (wood logs, charcoal, or pellets) and a patented flame-block valve, ideal for all kinds of cooking. The oven is versatile and has a refractory stone (330 x 370 mm, thickness of 15 mm), for slow cooking (150 to 200°C) as well as fast cooking (450°C) and also for cold-smoking. Weight: 36 kg. Price to the public: €1 190.