

LE VERRE : LA MISE GAGNANTE

Déjà fort répandu dans les cuisines des consommateurs, le verre culinaire connaît un second souffle sous l'effet conjugué de plusieurs facteurs. Pour décupler son potentiel commercial, les fabricants s'évertuent à le rendre toujours plus polyvalent et design.

■ Par/by Sophie Komaroff

Très apprécié pour sa résistance thermique et mécanique et sa transparence, le verre culinaire est présent depuis des décennies dans pratiquement toutes les cuisines, que ce soit sous la forme de plat, de bocal, de ramequin, mais aussi d'ustensiles de préparation (bol mélangeur, verre mesureur, etc.) voire de cocottes. Cela étant, il bénéficie actuellement d'un regain d'intérêt chez les consommateurs car la résistance est loin d'être son seul atout. Il est aussi aujourd'hui plébiscité pour sa durabilité et la sécurité alimentaire qu'il garantit. Le verre culinaire n'a bien entendu pas fait exception au phénomène observé par les acteurs de la catégorie cuisson lors de la pandémie de covid-19 dont les conséquences ont considérablement incité, voire contraint, les consommateurs à cuisiner chez eux, générant une forte demande. Le verre culinaire en l'occurrence reste un produit extrêmement populaire car même si l'industrie verrière dans son ensemble a subi de fortes hausses (énergie, coût des conteneurs, masse salariale, etc.) en 2022, il reste relativement bien positionné en termes de prix : « *S'assurer de toujours vendre en capacité et au prix juste, dans les limites tarifaires acceptées par le client, tel est l'enjeu depuis plusieurs mois* », reconnaît Julien Le Breton, responsable des ventes France de Pasabahce. Pour préserver ses finances de la crise énergétique, le verrier de La Chapelle-Saint-Mesmin, Duralex, a même été contraint de mettre en sommeil son four et ses salariés en chômage partiel à l'automne 2022 et ainsi suspendre sa production jusqu'à ce mois d'avril. « *Le consommateur cherche à acheter mieux et plus malin, et c'est encore plus vrai dans le contexte économique actuel*, note Juliette Duval, chef de produits ovenware chez Luminarc (groupe Arc). *Le verre culinaire est un allié du quotidien et pas uniquement pour la cuisson : il sert aussi à*



Kavalier est fabricant de verre borosilicate depuis 185 ans, distribué sous les marques Kavalier et Simax. Les produits Simax sont garantis pour une utilisation à des températures comprises entre - 40 °C et + 300 °C. Kavalier has been making borosilicate glass for 185 years, that are distributed under the brand names Kavalier and Simax. Simax products are guaranteed to use at temperatures ranging from - 40 °C to + 300 °C.

containing price rises in 2022 (related to energy, cost of containers, and payroll among others), it continues to be relatively well-positioned price-wise: "The issue for several months has been ensuring that we always sell at capacity and at the right price, within the price boundaries acceptable to the customer," considers Julien Le Breton, France sales manager at Pasabahce. In order to continue to control its finances during the energy crisis, the La Chapelle-Saint-Mesmin glassmaker Duralex was even obliged to put its industrial oven to sleep and its employees on partial unemployment in Autumn 2022, suspending production until April: "Consumers are looking to buy better and smarter, and that's even more the case in the current economic circumstances," notes Juliette Duval, ovenware products head at Luminarc (Arc group), *Culinary glassware is great for everyday use – and not just for cooking: it can also be used*

GLASS: A WINNING FORMULA

Already widely used in the kitchens of consumers, glass for cooking is already enjoying second wind thanks to a range of factors. Manufacturers are striving to make their glassware ever more versatile and well-designed in order to boost its commercial potential.



Boîtes de conservation carrées en verre et silicone transparent chez Pebbly, partenaire du collectif 1 % pour la planète et qui reverse ainsi 1 % de son chiffre d'affaires annuel à des associations militantes œuvrant sur le terrain pour la cause environnementale. Prix public de 11,50 € à 20 € selon la taille. Square food preservation boxes made of transparent silicon and glass from Pebbly, partnering with the 1% for the Planet organisation, to which end 1% of its annual revenue is handed over to organisations that work on the ground for the benefit of the environment. Price to the public: €11.50 to €20 depending on size.

préparer, servir, présenter, transporter et manger pour certains formats. Mettre l'accent sur le multi-usage permet d'éviter l'achat d'un contenant pour une seule tâche. Il y a une notion d'économie dans la polyvalence du verre. »

Autre levier de croissance pour le verre culinaire, l'attrait des consommateurs pour les solutions alternatives aux produits jetables et à usage unique. La demande pour des articles durables va croissant, renforcée par la réglementation, avec la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire impose depuis janvier au secteur de la restauration rapide de bannir la vaisselle jetable pour la consommation sur place (voir encadré). « Nous observons un regain d'intérêt flagrant depuis 5 ou 6 ans pour le verre grâce à la conservation, souligne Mélanie Le Branchu, marketing director France & food service de La Maison française du verre (marques Pyrex et Duralex). Un Français possède en moyenne une dizaine de boîtes de conservation, souvent en plastique chez lui. Or les consommateurs sont nombreux à projeter leur remplacement, ce qui bénéficie à la transition vers le verre. Celle-ci prend du temps car le verre est plus onéreux que le plastique, mais elle est bel et bien en marche. » Car le verre possède aussi un atout majeur à l'heure où les produits sains ont la faveur des consommateurs : il est non poreux, ne retient ni les taches ni les odeurs, et se nettoie facilement à la main ou au lave-vaisselle. Matériau inerte et neutre, il est aussi exempt de produits chimiques, et il n'y a aucune migration de molécules vers le contenu. Sans oublier qu'il est possible de découper à l'intérieur sans risque de l'endommager. « Enfin, le client est aussi sensible à son côté écologique, relève Julien Le Breton. Rien que dans la composition du verre, il y a déjà 30 % de matière recyclée au minimum. »

in various formats to prepare, serve, present, transport and eat food. If you emphasise the multi-use element of glass, you avoid a situation whereby people buy something made of glass for a single purpose. The versatility of glass carries with it a notion of economy savings."

Another growth lever for glass cookware is consumers' interest in alternatives to single-use and disposable items. Driven by legislation, demand for sustainable items will grow in the light of French anti-waste regulations in favour of a circular economy that came about in January in the fast-food sector, that bans disposable food containers when it used to eat food on the premises (see inset). "We have seen a clear resurgence of interest in the past 5 to 6 years in favour of glass, thanks to food preservation, emphasises Mélanie Le Branchu, marketing director France & food service at La Maison française du verre (Pyrex and Duralex brands), A French person will own an average of a dozen or so food preservation boxes in their home, often made of plastic. Consumers are, therefore, often thinking about replacing them, and that benefits the transition to glass. That all takes time as glass is more costly than plastic – but the process is most definitely under way." At a time when consumers are so interested in healthy products, glass has a major benefit: it is non-porous, does not stain or retain odours, and is easily cleaned by hand and in the dishwasher. It is a neutral and inert material, and also is free of any chemicals – what's more, there is no migration of molecules from the container to the food. People can also cut into food in a glass container without damaging the container. "Finally, the customer is also well aware of its environmentally friendly characteristics, points out Julien Le Breton, Even as far as the glass composition itself is concerned, it will contain at least 30% recycled material."



La vente de denrées alimentaires en vrac est aussi un levier de croissance pour le verre culinaire. Pour aider les consommateurs à gérer leurs stocks, Mastrad a doté ses bocaux Stor'eat en verre borosilicate, de QR codes fonctionnant avec l'application du même nom. Buying food in bulk is also a lever of growth for cookware glass. To help consumers manage their stock, Mastrad has added QR codes to its Stor'eat borosilicate glass containers. The QR codes work with the eponymous app.

Pyrex qui vend 44 millions de pièces chaque année, a notamment fondé son succès sur la qualité de son verre borosilicate qui se caractérise par sa résistance thermique : il est compatible avec le congélateur jusqu'à -40°C et le four jusqu'à +300°C, supportant une amplitude thermique directe de 220°C. Dans sa démarche visant à réduire le recours aux matières plastiques, le fabricant a lancé la gamme Zero Plastic, dont les couvercles sont en verre doté des mêmes propriétés. Prix public : 19,90 € la boîte 0,8 l.



Pyrex, who sell 44 million pieces a year, founded their success mainly on the high quality of their borosilicate glass that is highly acclaimed for its thermal resistance: it is freezer compatible -40°C, and can be put in an oven at up to +300°C, supporting a direct thermal range of 220°C. As part of its drive to reduce the use of plastic materials, the manufacturer has launched the Zero Plastic range, whose glass lids have the same properties. Price to the public: €19.90 for the 0.8 l box.

LE DESIGN, NOUVEAU TERRITOIRE D'EXPLORATION

Le verre culinaire en tant que matériau a donc fait ses preuves depuis bien longtemps. Pour autant l'étendue de son potentiel n'est pas finie ! Et pour cause, que ce soit en termes de design et d'esthétique, il séduit là encore le consommateur, à commencer par ceux qui apprécient sa transparence pour surveiller la cuisson ou mettre en valeur une présentation lors du service. Mais les fabricants, pour répondre à des préférences différentes, n'hésitent pas à lui faire prendre des couleurs, à l'instar de Pyrex qui a associé, dans sa gamme Color's, les vertus de son verre borosilicate à une palette de finitions extérieures colorées. Luminarc, pour sa part, a choisi de faire de l'opacité de son verre opale un facteur différenciant avec le développement depuis 2018 de sa gamme Smart Cuisine. « Notre concept d'opale culinaire vise à réunir les atouts du plat transparent – léger, résistant mais très répandu – et le côté esthétique des plats en céramique – très beaux mais relativement lourds, explique pour sa part Juliette Duval. Nous proposons ainsi un matériau que les consommateurs connaissent bien et apprécient, mais opaque et structuré en termes de formes pour une solution pratique à utiliser au quotidien, légère et adaptée au service à table. »

Chez Pasabahce, « 10 à 15 mouleries sont développées chaque année. Chacune représente un coût de 30 000 € à 50 000 €, nous investissons donc énormément pour agrémenter les gammes », fait valoir Julien Le Breton. La marque Borcam (Pasabahce), spécialisée dans le verre borosilicate, regroupe ainsi une dizaine de familles de produits représentant une centaine de références.



Lancée en septembre dernier, la collection Smart Cuisine Wavy de Luminarc s'enrichira en juin prochain de nouvelles références. Un accent sur le design, la couleur et les accessoires est annoncé ces prochaines années pour les collections en opale culinaire du verrier français. Prix public : 4,50 € le ramequin 11 cm ; 15,70 € le plat à tarte 28 cm. Launched in September, the Smart Cuisine Wavy collection from Luminarc is set to be expanded in June with new items. Over the next few years, the accent is on design, colour and accessories for the French glassmaker's opal cookware collections. Prices to the public: €4.50 for the 11cm ramekin; €15.70 for the 28cm tart dish.

DESIGN AS A NEW EXPLORATION TERRITORY

Cookware glass as a material has certainly stood the test of time, going back a long way – but there is still plenty of potential to exploit! The evidence to support that is clear, encompassing design and aesthetics. Glass continues to appeal to the consumer – to start with, people like its transparency that makes it easy to keep an eye on the cooking process and to highlight the presentation of the food when served. To respond to different preferences, manufacturers are not slow to colour the glass – an example of that being Pyrex which have added a palette of exterior colour finishes to complement the benefits of its borosilicate glass. Over at Luminarc, the opacity of its opal glass has become a differentiating factor with the development since 2018 of its Smart Cuisine range: "Our opal cookware concept is designed to bring together all the benefits of a transparent dish – lightweight, robust but very popular – together with the aesthetic element of ceramic dishes that are really attractive but relatively heavy, explains Juliette Duval, So we are proposing a material that consumers like and know well that is also opaque and structured



Le verre sodocalcique Duralux se caractérise par sa résistance aux chocs mécaniques, grâce à la trempe appliquée lors de sa fabrication. S'il n'est pas compatible avec un usage au four traditionnel, il est en revanche l'allié idéal de la conservation et du repas nomade. Ici la gamme Freshbox. Prix public : 39,90 € le set de 5 boîtes. Duralux soda-lime glass is characterised by its resistance to mechanical shock thanks to the tempering process that is applied during the manufacturing process. While not being oven-compatible, the glass is ideal for food preservation and on-the-go eating. Shown here is the Freshbox range. Price to the public: €39.90 for the set of 5 boxes.

SO URBAN, LA CARTE DE LA VAISSELLE RÉEMPLOYABLE PAR ARCOROC

Depuis le 1^{er} janvier dernier, dans le cadre de la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (Agec), les enseignes de restauration rapide sont tenues de remplacer la vaisselle jetable par des produits réutilisables, pour les repas et les boissons servis sur place. Arcoroc (groupe Arc) a ainsi mis au point So Urban une gamme de contenants en verre réutilisables et consignables, spécifiquement conçue comme solution alternative au plastique à usage unique pour les secteurs de la restauration, de la vente à emporter et de la livraison. La gamme se décline en six capacités pour couvrir tous les besoins, de l'entrée au dessert. La traçabilité des contenants est un point névralgique du concept : un système de QR codes sérigraphiés sur chaque contenant So Urban permettent de recueillir en temps réel des informations (localisation du contenant, état des stocks, niveau des ventes, taux de retour et de perte) et de gérer les flux financiers relatifs au débit de la caution lorsque le contenant n'est pas rapporté. Plusieurs modes d'incitation à la restitution des contenants sont actuellement testés, du classique rachat au don à une association caritative, en passant par la remise de bons d'achat valables dans les magasins collecteurs.



SO URBAN – A MENU OF REUSABLE FOOD CONTAINERS FROM ARCOROC

As of 01 January, and as part of the French Anti-Waste for a Circular Economy law (Agec), fast-food businesses are expected to replace disposable food containers with reusable products for food and drink that is served on the premises. Arcoroc (Arc group) has, to that end, updated its So Urban range of reusable and returnable glass containers specially designed as an alternative to single-use plastic in the catering sector, covering food delivery services and take-outs. The range is rolled out across six capacities to cover all needs from starters to dessert. Content traceability is a key element of the concept: a system of QR codes printed onto the So Urban containers means that information can be gathered in real time (locating the content, stock levels, sales levels, and rates of return and loss), and also means that cash-flows relating to taking the deposit when a container is not returned can be monitored. At present, a number of ways of encouraging people to return containers is being tested including traditional buy-back, donation to charitable organisations, and provision of vouchers usable in the collecting stores.

Créée en 1986, la marque Borcam (Pasabahce) propose des articles en verre borosilicate qui se caractérise par sa brillance et sa résistance. Avec une centaine de références, le fabricant explore tous les champs culinaires, y compris la pâtisserie. Prix public : 5,90 € le moule à charlotte 168 cl. The brand Borcam (Pasabahce) was created in 1986, and features borosilicate glass products characterised by their robustness and brilliance. The manufacturer produces hundreds of items and cuts across all culinary fields, including baking. Price to the public: €5.90 for the charlotte mould, 168 cl.



in its shape to result in a practical solution for everyday cooking needs that is lightweight, and well-suited to table service."

At Pasabahce, "10 to 15 mould casts are developed every year. Each one represents a cost of €30 000 to €50 000, so we are making huge investments in adding to ranges," highlights Julien Le Breton. The Borcam brand (Pasabahce) specialises in borosilicate glass, and brings together a dozen or so product families representing a hundred or so items.

ACCESSORIES: A GROWTH LEVER IN THE CATEGORY

L'ACCESSOIRE, LEVIER DE CROISSANCE DE LA CATÉGORIE

Résolument moderne, le verre reste donc une valeur sûre a fortiori parce qu'il s'est adapté aux nouveaux usages en matière de consommation, avec des fabricants à l'affût quand il s'agit de l'accessoiriser pour le démocratiser davantage. « *La conservation, un sujet dont on parlait peu il y a une dizaine d'années, contribue désormais considérablement au développement de l'offre* », illustre Mélanie Le Branchu. L'innovation en la matière a notamment trouvé matière dans la déclinaison de couvercles. Et le batch cooking qui consiste à préparer les plats de la semaine en amont, ou encore le vrac ont naturellement stimulé la catégorie. « *Forte tendance à la cuisine maison oblige, les besoins sont réels et le développement d'accessoires permet de multiplier les usages : storage, réchauffage, cuisson au four voire sur le feu pour certains produits tels que les grills, congélation, etc., grâce à des typologies d'accessoires différents*, conclut Julien Le Breton. *Cela décuple la versatilité du verre, et le marché en est friand.* » ●

Determinedly modern, glass continues to be a safe bet by nature because it is suitable for all food consumption uses, and manufacturers are on the look-out for adding accessory options to widen its use: "People were not talking much about food preservation a dozen years ago, but it now makes quite a sizeable contribution to the development of the product offering," comments Mélanie Le Branchu. Innovation in the domain has progressed in the production and availability of container lids. Batch-cooking involves preparing a week's worth of food in advance, and buying in bulk has, of course, stimulated the category too. "There's a pronounced home-cooking trend of course, and the needs there are real. Developing accessories means that usages can be expanded to encompass storage, re-heating, oven cooking and even cooking over a flame in the case of some products, covering freezing and grilling. That is thanks to the different accessory typologies, concludes Julien Le Breton, All of that massively enhances the versatility of glass, and the market is on a roll." ●


Made in Spain since 1949

Élégance, légèreté, praticité,
la signature de la vaisselle mélamine Sea



www.lacor.es/fra

lacor-export@lacor.fr

(33) 03 21 22 54 34