

HYDRATATION, FILTRATION : UN MARCHÉ TOUJOURS EN EXPANSION

Il est recommandé de boire entre 1,5 et 2 litres d'eau par jour pour être en bonne santé. Mais comment accéder à une eau saine et bonne à la fois ? Et comment la transporter au quotidien sans recourir au plastique ? Tour d'horizon des nouvelles habitudes de consommation et des solutions existantes. La réduction de l'utilisation de bouteilles en plastique à usage unique est une tendance majeure, conduisant à une augmentation continue des ventes de gourdes réutilisables et de systèmes de filtration.

■ Par/by Maxime Lecheminoux

Les nombreux sujets soulevés ces dernières années sur la qualité de l'eau, associés aux problématiques du plastique et de l'environnement, incitent les consommateurs à revoir leurs habitudes et à trouver des solutions alternatives.

Pourtant, 73 % des Français consomment encore aujourd'hui régulièrement de l'eau en bouteille plastique (source : U&I Ipsos, novembre 2023), hissant la France au 5^e rang des plus gros consommateurs au monde en la matière (source : Le Monde - Agence de la Transition écologique) ! Seuls 19 % boivent de l'eau du robinet filtrée : le marché de l'hydratation est donc très loin d'avoir atteint son seuil en France. Les perspectives de développement sont gigantesques.

De plus en plus sensibilisés aux contaminants présents dans l'eau du robinet (métaux lourds, produits chimiques, microplastiques, etc.), les consommateurs optent chaque jour un peu plus pour des solutions durables pour ne plus avoir à recourir aux bouteilles d'eau en plastique à usage unique.

Consumers are rethinking their habits and coming up with alternatives in the face of the widespread discourse in recent years around water quality, which in turn is linked to issues around plastics and the environment.

Even so, 73% of French people these days regularly consume water from plastic bottles (source: U&I Ipsos, November 2023), making France the 5th biggest consumer market in the world of water from plastic bottles (source: Le Monde - Agence de la Transition écologique [Ecological Transition Agency])! Just 19% of French people drink filtered tap water: the hydration market is, therefore, a long way from reaching saturation point - meaning that growth prospects are vast.

Consumers are increasingly aware of contaminants in tap water (including heavy metals, chemical products and microplastics) and are increasingly often opting for sustainable solutions to avoid ending up with single-use plastic bottles.

HYDRATION AND FILTRATION: A MARKET THAT CONTINUES TO EXPAND

The recommendation is to drink between 1.5 and 2 litres of water a day to ensure good health. The question, though, is this: how can people access healthy and clean water, and how can it be carried around on a day-to-day basis without having to fall back on plastic? We take an overview of new consumption habits and existing solutions. A major trend is a reduction in single-use plastics, leading to an ongoing upturn in sales of reusable drinking bottles and filtration systems.

LA MAISON DES GRANDES MARQUES

**Avec des marques reconnues telles que KitchenAid et S'well,
Lifetime Brands est la maison des grandes marques
avec une forte demande des consommateurs.**

“La puissance de nos grandes marques crée des opportunités. Nous sommes bien placés pour soutenir nos partenaires avec des produits et des histoires de marque convaincantes que les consommateurs aiment. L’opportunité qui s’offre à nous et à nos détaillants est énorme”, déclare Claire Budgen, directrice commerciale.

LE POUVOIR DE KITCHENAID

“Notre gamme phare d’outils et de gadgets KitchenAid est devenue un best-seller incontournable. Chaque produit a l’avantage concurrentiel de porter le nom KitchenAid, ce qui permet à nos détaillants d’atteindre davantage de consommateurs potentiels en présentant une marque mondialement reconnue. Les consommateurs apprécient la marque sur le produit, l’ergonomie et les détails raffinés de la surface et, bien sûr, les couleurs emblématiques de KitchenAid conçues pour être coordonnées avec les appareils électriques KitchenAid. Le pouvoir de KitchenAid ne peut pas être sous-estimé, il se vend à un rythme record sur tous nos marchés.

KitchenAid



La gamme comprend des ustensiles et accessoires élégants et d’une facture exquise pour préparer, remuer, filtrer, servir et faire sauter.

“Récemment, nous avons lancé une nouvelle couleur, le gris anthracite, et une nouvelle catégorie, les accessoires autour de l’évier. Tous les ustensiles KitchenAid les plus appréciés sont disponibles dans la nouvelle couleur gris anthracite, avec un nouveau manche en silicone à prise en main souple. Il y a également de nouveaux produits en acier inoxydable, notamment des bols à mélanger et des moulin à sel et à poivre. Nous avons des projets encore plus ambitieux pour 2025, alors restez à l’écoute”, déclare Claire.

S'WELL - LA MARQUE D'HYDRATATION ORIGINALE

S'well est la marque à l'origine de la bouteille d'hydratation originale. Elle a vendu plus de 27 millions de produits et remplacé plus de quatre milliards de bouteilles en plastique à usage unique.

“Chaque jour, S’well s’efforce d’apporter du style, de l’innovation et de la joie à un mode de vie durable. Nous avons tellement de produits dans notre vie quotidienne que les produits réutilisables devraient être désirables et non ennuyeux, et S’well répond à toutes les attentes. Nos gammes S’well sont une source d’inspiration pour vivre de manière un peu plus durable. Des bouteilles aux gourdes en passant par les boîtes à salade et les accessoires, dans des couleurs, des imprimés et des motifs différents, il y a une telle diversité de personnes qui achètent la marque en pensant à l’hydratation, aux pique-niques en plein air et à la vie quotidienne en déplacement. Chaque article est créé pour donner aux consommateurs plus de moyens de mieux consommer”.



La dernière nouveauté de la gamme S'well est le Tumbler XL, conçu pour plus de gorgées et plus de style. Doté de la technologie Thermo-S'well®, ce gobelet est constitué d'une triple couche isolée sous vide, conçue pour conserver les boissons froides pendant cinquante heures, chaudes pendant dix heures et glacées jusqu'à quatre jours. Fabriquée en acier inoxydable 18/8 de qualité alimentaire, recyclé à 91 %, avec un extérieur sans condensation qui ne transpire pas dans les mains ou sur les tables, et un couvercle étanche. Sans plomb à 100 %, elle est plus sûre pour vous et pour la planète. C'est la différence S'well.

Retrouvez nous du 5 au 9 Septembre

MAISON&OBJET

Hall 4 - Stand
E88-F87

www.lifetimebrandseurope.com

saleseu@lifetimebrands.com
+44 (0) 121 604 6000



La carafe Akua de Cookut assure une triple filtration grâce à ses granulés naturels de charbon actif de coco fabriqués en France. Prix public : 49,90 €. The Akua jug from Cookut delivers triple filtration thanks to the natural active coconut charcoal tablets made in France. Price to the public: €49.90.



Carafe filtrante Weepure Smart de Weetulip, équipée d'un bouchon comptabilisant la quantité d'eau filtrée. Fourni avec un lot de charbon de bambous permettant de purifier 100 litres. Prix public : 69,50 €. Weepure Smart filter jug from Weetulip, featuring a stopper that measures the amount of water already filtered. Comes with a set of bamboo charcoal that can be used to purify 100 litres. Price to the public: €69.50.

LE BOOM DES GOURDES ET DES BOUTEILLES RÉUTILISABLES

En inox, en plastique, en aluminium ou en verre, à double paroi ou non, filtrante ou non, petite gourde ou grande, avec un bec ou une poignée... Le marché des bouteilles/gourdes réutilisables connaît un taux de croissance à deux chiffres depuis quatre ans en France, bénéficiant de l'augmentation des comportements écoresponsables. Selon une enquête Gobi/Opinionway (mai 2022), 54 % des Français utilisent une gourde au quotidien et en possèdent en moyenne deux. 67 % l'ont achetée eux-mêmes, tandis que 32 % l'ont reçue en cadeau (dont 5 % de la part de leur entreprise). La valeur de ce marché est estimée entre 580 millions et 1,1 milliard d'euros.

Il y a une grande disparité sur les prix des bouteilles isothermes, avec une fourchette allant de moins de 5 € à plus de 30 €. La qualité et la longévité de la thermie sont des facteurs essentiels à prendre en compte. Ces gourdes isothermes sont en plein essor car les consommateurs



Labelisée Cradle to Cradle certified Gold, la gourde Doppler Original est fabriquée avec 85 % de matériaux recyclés dans une usine basée aux Pays-Bas fonctionnant à 100 % à partir d'énergie renouvelable. L'eau utilisée lors de la production est traitée dans un cycle fermé et n'est pas rejetée dans l'environnement. A noter que Doppler a fait son entrée dans les magasins Monoprix en juin dernier. Prix public : 14,95 € (gourde 450 ml). Bearing the Cradle to Grave certified Gold label, the Doppler Original drinking bottle is 85% made with recycled materials at a unit based in the Netherlands that is 100% operated using renewable energy. The water used during the production is treated in a closed cycle, and is not discharged into the environment. Of note is Doppler's entry into Monoprix stores in June. Price to the public: €14.95 (450ml bottle).

A BOOM IN REUSABLE DRINKING BOTTLES AND FLASKS

The reusable bottle/flask market has seen double-digit growth in France over the past four years encompassing all kinds: stainless steel, plastic, aluminium, glass, double-wall or otherwise, filtering or otherwise, small or large, with a spout or handle and so on. The market is benefiting from an increase in eco-responsible consumer behaviour – according to a Gobi/Opinionway survey (May 2022), 54% of French people use a drinking water bottle on a daily basis, owning an average of two. Of those, 67% bought the bottle themselves while 32% were gifted it (of which 5% are Gobi bottles). The value of the market is estimated to be between 580 million and 1.1 billion Euros.

There are significant disparities across isothermal bottles, with prices ranging from under €5 to over €30. The quality and longevity of the thermal properties are critical factors to take into account. Isothermal bottles are becoming incredibly popular, as consumers like to replace them when they get bored with the design or switch to colours that might be linked to a particular season. Brands and influencers contribute to the expansion of a segment that is expected to continue growing ever more strongly to 2030.

FILTRATION IN ALL ITS FORMS

It is one thing to transport water in an isothermal bottle – but you have to also consider the quality of the water itself. According to recent data from the French Ministry of Health and Prevention, over 11.5 million people ended up with water that did not confirm to appropriate standards in 2021 on an occasional or regular basis (water that contained, for example, residue from pesticides, micropollutants, and debris from piping in poor condition). The filtration market is also doing very well indeed as a way of counteracting that. Water filtration solutions to filter water that comes out of the tap are many and varied, and include softeners, filtering cartridges, and osmosis devices. Each responds to a different objective: to reduce limescale, remove the taste of chlorine, get rid of residues of pesticides, plastics and bacteria and also eliminate the lead that can be found in some pipes. One in five consumers has already tried out a filtering jug.

Almost 5500 filter jugs are sold every day in France, and the market is growing by 5 to 10%. That market is dominated by Brita, representing



AKINOD

NOMADE & DURABLE



aiment les remplacer par lassitude du design ou en raison des couleurs souvent associées à une saison précise. Les influenceurs et les marques contribuent à la croissance de ce segment qui devrait continuer à se développer encore fortement jusqu'en 2030.

LA FILTRATION SOUS TOUTES SES FORMES

Transporter l'eau dans une gourde isotherme est une chose. Mais quid de la qualité de l'eau ? Selon les données les plus récentes du ministère de la Santé et de la Prévention, plus de 11,5 millions de personnes ont reçu ponctuellement ou régulièrement une eau non conforme en 2021 (résidus de pesticides, micropolluants, canalisations vétustes, etc.). Pour y remédier, le marché de la filtration est lui aussi en plein expansion. Adoucisseur, cartouches filtrantes, osmoseur : un grand nombre de solutions pour filtrer l'eau du robinet existent. Celles-ci répondent à des objectifs différents : réduire l'apport de calcaire, se débarrasser du goût du chlore, chasser les restes de pesticides, de plastiques ou de bactéries, éliminer le plomb présent dans certaines canalisations. Un consommateur sur cinq a déjà testé les carafes filtrantes.

Près de 5 500 carafes filtrantes seraient vendues chaque jour en France. Un marché en croissance de 5 à 10%, dominé par Brita, qui représente 2 millions de carafes pour un chiffre d'affaires estimé à 70 millions d'euros. « Les inquiétudes liées aux PFAS, dont la présence a été avérée dans certaines eaux en bouteille, sont très présentes chez les consommateurs. Nos filtres Maxtra pro ou On-Tap réduisent efficacement la présence de ces PFAS », promet Sybille Foing, directrice marketing France de Brita Group, qui propose aussi des gourdes filtrantes et, depuis 2023, une carafe 60 % en verre.

Little Balance, par la voix de son directeur général, George MacGregor, veut faire évoluer le marché de la filtration en apportant des solutions plus vertueuses, plus efficaces et moins chères que ses concurrents leaders : « Pour éviter les pannes et la production de déchets, nous avons supprimé le mémo et la pile de nos carafes, avec un suivi géré via une application mobile. Nous fixons par ailleurs la cartouche filtrante non plus dans l'entonnoir mais en-dessous, ce qui permet d'accélérer considérablement le flux (3 fois plus rapide). Enfin, au-delà de la filtration des microplastiques qui existe déjà, nous nous apprêtons à lancer la cartouche Magnésium+ qui recharge l'eau filtrée en magnésium, un minéral précieux pour l'organisme. »



Design épuré et fonctionnel pour la machine Brus carbonator (design Søren Refsgaard) chez Stelton. 4 teintes disponibles. Prix public : 210 €. A streamlined and functional design for the Brus carbonator machine (design by Søren Refsgaard) from Stelton. 4 tints available. Price to the public: €210.

La bouteille isotherme To Go de Lékue est dotée d'un filtre qui permet de réaliser des infusions et de les consommer hors-domicile. Son double système d'ouverture permet en outre d'introduire des glaçons, des fruits ou des agrumes et facilite le nettoyage. Ne convient ni au four à micro-ondes ni au lave-vaisselle ni au congélateur. Prix public : 27,90 € (500 ml). The To Go by Lékue isothermal bottle features a filter that can be used to create infusions for on-the-go drinking. Ice cubes, fruit and citrus fruits can be introduced via the double opening system, which also makes the bottle easy to clean. Not suitable for use in an oven, microwave, dishwasher or freezer. Price to the public: €27.90 (500ml)



2 million jugs and a revenue figure estimated at 70 million Euros. "Concerns around PFAS, the presence of which has been confirmed in some bottled water, are very much at the forefront of people's minds. Our Maxtra pro and On-Tap are effective in reducing the presence of these PFAS" comments Sybille Foing, France marketing director of the Brita Group, which also sells filtering bottles and, as of 2023, a 60% glass jug.

The CEO of Little Balance, George MacGregor, says that the company wants to develop the filtration market by delivering solutions that are more ethical, more effective, and less expensive than competitors: "To avoid breakdowns and waste generation, we have removed the battery and memo element of the jug, and it can be monitored using an app. We have also positioned the filtering cartridge under the funnel rather than above it so that the flow is improved, which is now 3 times faster. And over and above the filtration of the microplastics that was already there, we are getting ready to launch the Magnesium+ cartridge that puts magnesium back into the filtered water – a mineral that is valuable to the body."

OPTING FOR MORE NATURAL FILTRATION

The likelihood is that more natural filter jugs will become widespread – jugs that have no plastic or chemical products. A good number of consumers are turning towards those kinds of jugs: 15 to 20% of filter jug users in France already use natural charcoal, a pure unprocessed substance. "We have designed a new jug that is both attractive and durable, so consumers can use it and keep using it without putting it down! We suggest to stores that the consumer is supported during the sales process when it comes to our solutions (via a demonstration, or a notice with explanations) so that they can be informed, educated and made aware of what is available," suggests Yvette Roozenbeek, founder of Weetulp, whose Weepure jug was selected by the Foire de Paris in 2023. The Weepure jug filters tap water in a 100% natural way via



Brocs avec bouchons Quadro en verre chez Luminarc, à utiliser avec des charbons actifs ou des billes de céramique pour purifier l'eau. Prix public à partir de 6,90 €. Jug with Quadro stopper made of glass from Luminarc, ideal for use with active charcoal or ceramic beads to purify the water. Price to the public from €6.90.



Innovation Little balance :
filtration de l'eau...
avec ajout de magnésium !



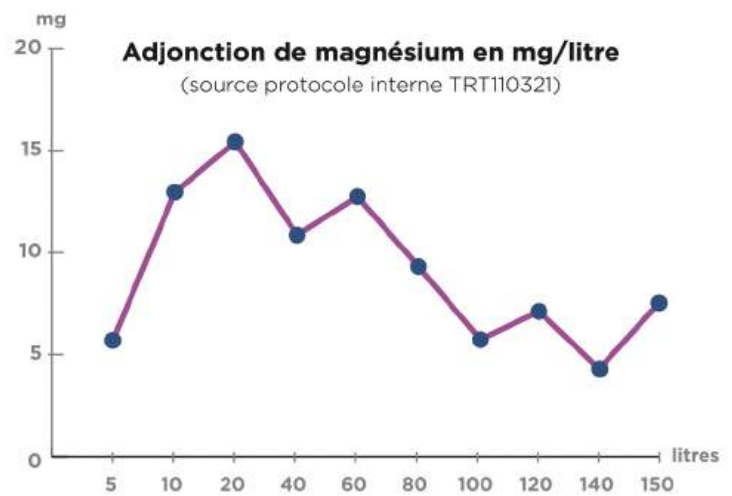
Filter ultra-fin



Résine spéciale
Magnesium +



Charbon naturel
 de noix de coco



**Ne perdez plus les bienfaits
 de votre eau en la filtrant**
**Nous ne réduisons pas
 le magnésium,
 nous le renforçons
 en moyenne de 10 mg/litre
 pendant 150 litres !**





Carafe filtrante Océane 2,8 litres, avec capacité de filtration 1,4 litre, Little balance. La particularité ? Des cartouches qui se fixent sous l'entonnoir, évitant ainsi l'eau stagnante, donc le développement de bactéries. Et grâce à l'application Lb smart change, l'utilisateur peut régler lui-même la date de remplacement de la cartouche, selon la qualité de l'eau. Prix public : 19,50 € la carafe ; 16,50 € le lot de 3 cartouches. : 2.8 litre Océane filter jug with 1.4 litre filtering capacity, Little balance. What makes this so special is the cartridge that is secured below the funnel, thereby avoiding any build-up of stagnant water where bacteria can grow. Thanks to the Lb smart change app, the user can adjust the cartridge replacement date in line with the water quality. Price to the public: €19.50 for the jug €16.50 for the set of 3 cartridges.

VERS DES FILTRATIONS PLUS NATURELLES

Demain, c'est probablement vers des carafes filtrantes plus naturelles, débarrassées du plastique et des produits chimiques, que nombre de consommateurs s'orienteront : entre 15 et 20 % des utilisateurs de carafes filtrantes en France ont déjà recours au charbon naturel, un produit pur, non transformé.

« Pour faciliter et encourager l'usage, nous avons conçu une nouvelle carafe à la fois jolie et durable pour que les consommateurs l'utilisent et ne baissent pas les bras en continuant de s'en servir ! Pour nos solutions, nous conseillons aux magasins d'accompagner le consommateur à la vente (par une démonstration, un affichage avec explication) pour le sensibiliser, l'informer et l'éduquer », indique Yvette Roozenbeek, fondatrice de Weetulip, dont la carafe Weepure a été sélectionnée par la Foire de Paris en 2023. Celle-ci filtre l'eau du robinet de façon 100 % naturelle grâce à son charbon de bambou végétal, issu de forêts gérées durablement, fabriqué sans produit chimique et qui enrichit l'eau de minéraux. Dotée d'un bouchon compteur, cette carafe permet de suivre la consommation d'eau filtrée et de savoir quand il faut changer le charbon. Elle est constituée de matériaux durables et recyclables : verre, liège, inox, matériau biosourcé et silicone. Les pièces sont remplaçables séparément.

L'OSMOSE INVERSE, L'ALPHA ET L'OMÉGA DE LA FILTRATION ?

Rolls-Royce de la filtration, la technique de l'osmose inverse occupe progressivement davantage de place sur ce marché. L'entreprise Wotoday, par exemple, a eu recours à la technologie de l'osmose inverse mise en place par la Nasa pour concevoir un appareil à multifiltration : la pression hydraulique force le liquide à circuler à travers une membrane semipermeable. « C'est la seule solution qui retire à la fois les micro-organismes, les virus, les résidus médicamenteux et les perturbateurs endocriniens jusqu'à 0,0001 micron, et qui en plus réinjecte des sels minéraux grâce à un charbon actif, assure Valérie Pozzo di



Disponible à la fin de l'année, la canette ou la bouteille isotherme Les Artistes Paris à colorier grâce à une palette de 6 feutres. Prix public : 29,99 € la canette 500 ml, 34,99 € la bouteille 500 ml. A noter que la marque a reçu le label B Corp en 2023. Available from the end of the year is the Les Artistes Paris isothermal bottle or can that can be coloured using a palette of 6 felts. Price to the public: €29.99 for the 500 ml can, €34.99 for the 500ml bottle. The brand was awarded Label C Corp certification in 2023.

its plant-based bamboo charcoal taken from sustainably managed forests and produced without any use of chemical products – it also enriches mineral water. The jug features a stopper with a measuring device so that filtered water consumption can be monitored, and the consumer can check when the charcoal needs to be changed. The jug is made of recyclable and sustainable materials: glass, cork, stainless steel, silicone, and organically sourced materials. Each part can be replaced separately.

REVERSE OSMOSIS – THE ALPHA AND OMEGA OF FILTRATION?

Reverse osmosis is the Rolls-Royce of filtration, and is gradually gaining more ground in the market. An example is the company Wotoday, who have made use of the reverse osmosis technology established by Nasa to design a multi-filtration device: the liquid is forced to travel through a semi-permeable membrane by hydraulic pressure. "It's the only solution if you want to remove micro-organisms, viruses, the residue of medical products and endocrine disruptors up to 0.0002 micron thick, and it also reinjects mineral salts via the active charcoal, says Wotoday co-founder Valérie Pozzo di Borgo, You can even assess the quality of the filtered water on a daily basis."

Compact and quiet, the machine fits easily under the sink to the cold water inlet and is simple to use: the water is remineralised as it emerges from the final filter and is delivered via a three-way tap. The reservoir has a five-litre capacity, and delivers 1.26 litres a minute. The cost is €1380 inclusive of all taxes.

kela

Se sentir bien chez soi.

Aurelia

L'efficacité et l'élégance au service de la fraîcheur.

La boîte de conservation alimentaire aux multiples talents : préservation de la fraîcheur, simplicité d'utilisation, facilité d'entretien, résistance à la chaleur et au froid. Le meilleur toujours à portée de main !



kela France SAS

6, Rue des Bleuets - 54710 Fléville-devant-Nancy - France - P+33 6 07 65 01 88 - kela@kela-france.fr

Borgo, cofondatrice de Wotoday. *Il est même possible de mesurer au quotidien la qualité de l'eau filtrée.* »

Compacte et silencieuse, la machine s'installe simplement sous l'évier, sur l'arrivée d'eau froide, et offre une utilisation simplifiée : l'eau est reminéralisée à la sortie du dernier filtre et délivrée grâce à un robinet trois voies. Elle dispose d'un réservoir de cinq litres, délivre 1,26 litre par minute, et coûte 1 380 € TTC.

GAZÉIFICATION : TOUJOURS PLUS DE PERFORMANCE GUSTATIVE ET ESTHÉTIQUE

La France compterait en outre plus de trois millions d'utilisateurs de machines à boissons gazeuses. Le concept a été lancé en 2008 en France par Sodastream, leader mondial du secteur. D'autres marques telles que Aarke et Mysoda ont depuis émergé.

Le marché des produits pour gazéifier l'eau (soda maker, cartouches de gaz et bouteilles réutilisables) est en pleine expansion (+ 10 à 12%) et devrait atteindre en 2024 un chiffre d'affaires estimé à près de 100 millions d'euros. Une croissance due à une demande accrue de solutions alternatives aux boissons gazeuses en bouteille et dopée par des raisons économiques et des tendances vers des modes de vie plus sains (moins de sucre).

DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE DE SOFT DRINK

« Les recharges permettent de produire 60 litres de boissons gazeuses, rappelle Thomas Sandoz, directeur marketing et communication France de Sodastream. *Un important travail a été réalisé sur les eaux pétillantes mais nous allons désormais au-delà avec une large gamme de concentrés, afin de proposer aux consommateurs de soft drink une solution alternative leur permettant de continuer à se faire plaisir en réduisant leur impact environnemental. Par ailleurs, notre volonté est de développer des offres de bouteilles et de gourdes isothermes, à la fois pour un usage à domicile et en mobilité.* »

Sodastream commercialise aujourd'hui six modèles : la Terra, la Duo, l'Art, la e-Terra, la Gaia et la Ensō, accessibles de 69,99 € à 239,99 € (TTC). Avec la Ensō, conçue par le designer Naoto Fukasawa, Sodastream vise un segment plus haut de gamme avec un produit conçu 100 % en acier inoxydable. Autre nouveauté : la Sodastream Duo avec une carafe en verre de grande capacité (un litre), offrant la possibilité d'un service élégant à la maison, et sa bouteille réutilisable en PET, compatible avec le lave-vaisselle, facilement transportable partout ailleurs. Son design, plus compact, est imaginé pour s'insérer sous tous les meubles de cuisine.



La marque Gobi agrandit cette année sa gamme de gourdes écoconçues avec une bouteille d'un litre. Comme les produits Gobi, la gourde street 1 l est fabriquée en France : son corps est produit à Gron (Yonne) et son bouchon à Périgny-sur-Yerres (Val-de-Marne). Prix public : 25 €. This year, Gobi expands its range of eco-design drinking water bottles with the addition of a one litre bottle. Like all Gobi products, the street 1l bottle is made in France. The body is made at Gron (Yonne) and the stopper at Périgny-sur-Yerres (Val-de-Marne). Price to the public: €25.



Gourde Easy-Drinking One-Push Model MKA-K chez Tiger, la marque japonaise et centenaire spécialiste de l'isotherme. Son bouchon one-push (ouverture d'une seule pression) est conçue pour rendre l'utilisation la plus simple et confortable possible, tout en garantissant l'étanchéité. Prix public : 39 € la gourde 0,60 l. Easy-Drinking One-Push Model MKA-K drinking water flask from Tiger – the Japanese century-old brand that specialises in isothermal products. The one-push stopper (opens with a single push) is designed to ensure that the user experience is as straightforward and comfortable as it can be, while also guaranteeing watertightness. Price to the public: €39 for the 0.60l flask.

GASIFICATION: EVEN BETTER TASTE AND AESTHETIC EXPERIENCES

There are also more than three million users of sparkling water machines in France, a concept launched in 2008 in France by the world leader in the sector, Sodastream. Since that time, other brands have come on-stream including Aarke and Mysoda.

The market for making water fizzy (the soda maker, the reusable bottles and the gas cartridges) is expanding rapidly (+10 to 12%) and is expected to generate a revenue figure of almost 100 million Euros in 2024. That growth is down to increased demand for alternatives to bottles of fizzy water, and is influenced by economic considerations as well as trends in favour of healthier lifestyles (using less sugar).

THE DEVELOPMENT OF THE SOFT DRINK OFFERING

“The refills make it possible to produce 60 litres of fizzy drink, points out Thomas Sandoz, France communications and marketing director of Sodastream, *A lot of work has gone into the sparkling water, and we are now taking it that much further with a wide range of concentrates in order to offer consumers who enjoy soft drinks an alternative that makes it possible for them to continue enjoying the drinks while also reducing their environmental impact. We are also keen to develop offerings of isothermal containers and bottles for use in the home and on the go.*”

At present, Sodastream sells six models : Terra, Duo, Art, e-Terra, Gaia and Ensō, that are priced at between €69.99 and €239.99 inclusive of taxes. Designed by Naoto Fukasawa, the Ensō is targeting a higher-end segment with the machine that is 100% made of stainless steel. Another new development is the Sodastream Duo with a high capacity glass

NEW

DRINKING *pleasure*

GEFU®



GIRO

Moulin à café



T-PREP

Théière



VISITEZ-NOUS À
**Maison &
Objet 2024**

Hall 4,
Stand N° E66/F65.

Tous les amateurs de café vont adorer GIRO, qui allie un design rétro classique à une technique de broyage innovante. À l'intérieur de son élégant corps en bois tourne un moulin en céramique particulièrement performant et de grande qualité.

C'est l'heure du T ! La théière T-PREP est la combinaison parfaite de l'élégance et de la fonctionnalité. Grâce à la fonction innovante d'arrêt de l'infusion, la préparation du thé devient un plaisir.

GEFU – Deviens un artiste culinaire.



Bouteille isotherme (1 l) à double paroi isolante en acier inoxydable Driss (pour "drink + responsibly + in + stainless + steel") de Porter Green. Plusieurs coloris disponibles. Prix public : 72 €. Driss isothermal bottle (1l) with double insulating wall in stainless steel ("Driss" being derived from "drink responsibly in stainless steel") from Porter Green. Several colours are available. Price to the public: €72.

DES DESIGNS PLUS MODERNES

Depuis une quinzaine d'années que la gazéification a pénétré le marché hexagonal, elle a intégré le quotidien des Français et tous les réseaux de distribution proposent des bouteilles de recharge de gaz. De nouveaux fabricants sont arrivés avec des machines compatibles avec les cartouches de gaz Sodastream et qui offrent un design plus contemporain, en métal.

« C'est le cas de la machine Brus de Stelton, que l'on expose sans hésiter dans la cuisine parce qu'elle est belle, avec un design exclusif et un boîtier en acier inoxydable, souligne Pascal Glorieux, fondateur de l'agence Glop Studio qui représente des marques scandinaves sur le marché français en exclusivité dans les univers de la décoration et des arts de la table. Une machine très simple d'utilisation avec un ajustement facile de la quantité de carbonatation selon les goûts. Elle existe en métal de plusieurs coloris : acier brillant, noir métallique, marron métallique et, une nouveauté, laiton. En septembre, Stelton lancera la version murale, une nouveauté inédite sur le marché qui permettra de libérer de l'espace sur un plan de travail déjà très encombré. Si les détaillants souhaitent réaliser des présentations en magasin, nous les accompagnerons avec une remise particulière sur ce produit. » Actuellement Stelton travaille sur le design des bouteilles pour proposer dans un avenir proche, en 2025, des carafes plus chics et haut de gamme dans un matériaux spécifique autre que le plastique.

UNE RECHARGE DE GAZ VENDUE TOUTES LES DEUX SECONDES EN FRANCE

Les machines pour gazéifier l'eau font encore le plus souvent, aujourd'hui, partie d'un segment assez froid dans les magasins, celui du petit électroménager. Or, l'offre est génératrice d'un flux très important car une recharge de gaz est vendue toutes les deux secondes en France. Le challenge, désormais, est de développer une double implémentation en rejoignant également le segment alimentaire/boisson pour proposer cette offre aux côtés des boissons pétillantes. 60 % des consommateurs ne se rendent en effet pas au rayon électroménager... ●

jug (one litre) that is ideal for elegant service in the home. The reusable bottle is made of PET and is dishwasher-compatible, as well as being easy to use on the go. The design is more compact, and will fit under any piece of kitchen furniture.

MORE MODERN DESIGNS

Gasification penetrated the market in mainland France a dozen or so years ago, and is now part of everyday life for French people and all the distribution networks that sell gas refill cylinders. New manufacturers are now on the scene with machines that are compatible with Sodastream gas cylinders and that feature a more contemporary design in metal. "An example of that is the Brus machine from Stelton that you would not hesitate to show off in a kitchen because of how good it looks. The design is exclusive, and the case is in stainless steel, emphasises Pascal Glorieux, founder of Glop Studio that represents Scandinavian brands in the French marketplace on an exclusive basis in the product universes of tableware and decoration, The machine is very straightforward to use, and the carbonation level is easily adjusted in line with personal preference. It is available in metal in a range of shades: brilliant steel, metallic black, metallic brown, and now also in brass. Stelton will be launching the wall-mounted version in September – brand new in the marketplace, this will free up space on a worktop that is already quite cluttered. Retailers may well be interested in arranging in-store presentations, and we will support that with a special discount on the product." Stelton is presently working on bottle designs with a view to offering more chic and high-end jugs in the near future, in 2025, made of a specific material that is not plastic.

A GAS REFILL IS SOLD EVERY TWO SECONDS IN FRANCE

Machines for carbonating water are seen increasingly often in sections of stores that are quite cool: small household electrical items. The offering generates good footfall though, as a gas refill cylinder is sold every two seconds in France. The challenge now is to develop a dual placement strategy by also being available in the food and drinks section, offering those options alongside fizzy drinks – after all, 60% of consumers do not actually visit the household electricals shelf. ●



Imaginée par le designer Naoto Fukasawa, la dernière-née de Sodastream, Ensö, est dotée d'un corps en acier inoxydable, une première pour la marque, et de la dernière technologie de recharge de gaz Quick Connect. La bouteille assortie se fixe quant à elle facilement grâce à la technologie SodaStream Snap and Lock. Prix public : 239,99 €. Ensö is the latest piece to emerge from Sodastream. Conceived by the designer Naoto Fukasawa, it features a stainless steel body – a first for the brand – and the very latest Quick Connect gas refill technology. The bottle can be easily affixed using SodaStream Snap and Lock technology. Price to the public: €239.99.

S'well®

PRÉSENTATION DU

TUMBLER XL

**PLUS DE GORGÉES.
PLUS DE STYLE.**



50
HEURES



FROID

4
JOURS



GLACÉ

10
HEURES



CHAUD

📍 MAISON & OBJET, 5-9TH SEPTEMBRE, HALL 4 STAND E88-F87