

Tout un fromage

Qui dit France, dit fromage. Et qui dit fromage, dit dégustation autour d'un plateau généreux. Pour autant, les marques d'art de la table et d'ustensiles de cuisine ne se sont pas arrêtées à ce simple article et ont enrichi l'offre liée à cet univers.

1 DLP

La gamme Rockfort, créée par Valérie Nylin, inclut un plateau et une série d'assiettes en porcelaine (ø 19 cm). Elles ne passent pas au lave-vaisselle.

Prix de vente conseillé : 4,90 € pièce.

The Rockfort range, created by Valérie Nylin, includes a cheeseboard and a set of porcelain plates (19 cm diam.). Not dishwasher-proof. **Recommended retail price: 4.90 € each.**

2 Peugeot

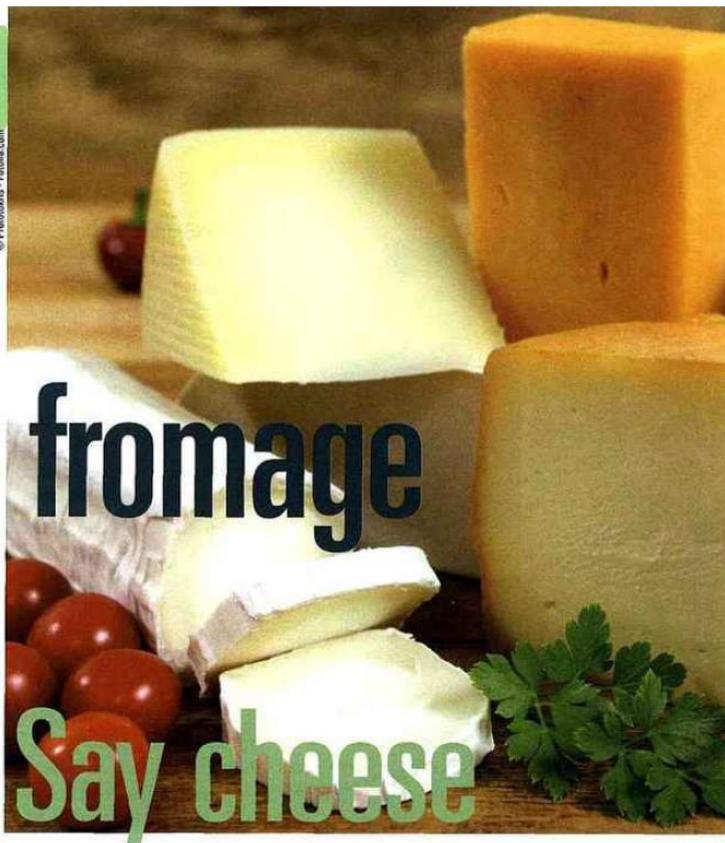
Ce moulin à fromage se dote de trois grilles pour obtenir des filaments fins, moyens ou des copeaux. Le réservoir fermé dispose de deux capuchons pour une bonne conservation au réfrigérateur. En plastique.

Prix de vente conseillé : 49 €.

This cheese mill has three grilles for obtaining thin or medium filaments, as well as flakes. It has a closed container, with two caps which allows for good conservation in the fridge. Made of plastic. **Recommended retail price: 49 €.**

6

Table&Cadeau 536 - juillet-août 2013



France is eponymous with cheese. And eating cheese means a convivial tasting over a generous platter of it. Tableware and kitchenware brands have not just stopped there, and have expanded their ranges relating to this universe.

Symbole de la gastronomie française, le fromage trouve aussi bien sa place dans des préparations culinaires que sur la table. Râpé, fondu, en tranches ou en giroles, cet emblème du bien-manger possède pour atout la multiplicité de ses utilisations et des façons de le consommer. Pas étonnant alors que les fabricants d'arts de la table et d'ustensiles de cuisine redoublent d'imagination pour proposer des articles en phase avec la diversification de ses usages. Du traditionnel plateau à la râpe, en passant par les moulins ou les services de couteaux, l'offre oscille entre le classicisme de certains articles découlant d'une pratique ritualisée et l'originalité de la technique ou du design. Pour autant, certains critères restent immuables lorsqu'il s'agit de commercialiser un produit lié à la présentation ou la consommation du fromage. La marque Guy Degrenne explique ainsi que ces articles « sont conçus et développés en étroite collaboration avec les utilisateurs, professionnels et particuliers. Ils répondent à un niveau d'exigence élevé en termes de qua-

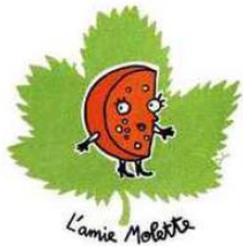
lité, de fonctionnalité, d'ergonomie et de séduction ». Idem chez Geneviève Lethu dont le p-dg, Edmond Kassapian, indique que « le produit ne doit pas forcément être sophistiqué mais apporter son utilité première ainsi que la praticité et la facilité d'entretien ». Pratiques, attirants, utiles, ces produits doivent aussi répondre aux dures règles de l'hygiène comme le raconte Ludovic Bolou, chef de produits Saveurs Fraîches pour Peugeot : « Nous avons été très sensibles au côté pratique du produit mais aussi aux normes alimentaires. Il faut que toutes les pièces en contact avec le fromage puissent aller au lave-vaisselle et que l'on ait la possibilité de garder un produit propre. » Forts de ces règles, les fabricants ou distributeurs d'ustensiles de cuisine et d'arts de la table ont presque tous un catalogue de produits dédiés. Car ils savent que leur origine française présente un double avantage : « La France a une puissance de feu importante car dès que les étrangers pensent équipement de cuisine, ils pensent à la France. Et dès qu'ils pensent au fromage, ils pensent aussi à la



Le porc salé



Le Rock font



L'amie Molokka

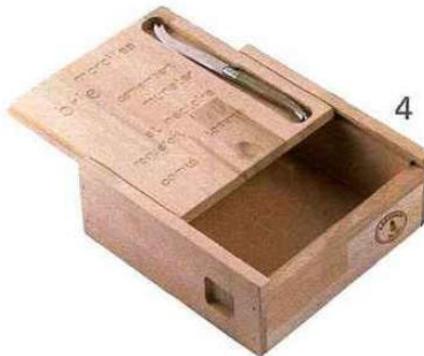
1



2



3



4



5

An enduring symbol of French gastronomy, cheese has also established a place for itself in culinary preparations as well as at the meals. Shredded, melted, sliced or in shaved, the strength of this emblem of fine cuisine is in its multiple uses and ways of consuming it. No wonder then that tableware and cooking utensil manufacturers are redoubling their efforts to offer items corresponding to this diversity of uses. From traditional dishes to graters, from to cheese mills to knife services, the products on offer in this sector oscillate between the classicism of some items with ritualised practices, and technical and design originality. However, certain criteria remain unchanged when it comes to marketing a product relating to the presentation or consumption of cheese. The brand Guy Degrenne explains that items for this universe: "are designed and developed in close collaboration with users, professionals and individuals. They respond to high standards in terms of requirements for quality, functionality, ergonomics

and attractiveness." It's the same story from Geneviève Lethu and their CEO Edmond Kassapian, who says that "products should not necessarily be sophisticated, but must above all focus both on utility and ease of maintenance." Practical, attractive to the eye, and useful, they must also meet harsh demands for hygiene, as noted by Ludovic Bolou, head of "Saveurs Fraîches" products for Peugeot: "We are very much focussed on the practical side of products, but also on current food standards. We demand that all the parts which are in contact with cheese can go into dishwashers and that and that products are possible to keep clean." Armed with these golden rules, manufacturers and distributors of kitchenware and tableware almost all have products on their catalogues for the consumption of cheese. This is because they know that their French origins have a double advantage in this sector: "France carries significant weight: when foreigners think about kitchen equipment, they think of France. And when they think about cheese,

3 Bérard

Ce kit de la collection Acero comprend une planche à fromage en bois d'olivier et métal, des plaques en céramique et un feutre à encre effaçable. Chaque pièce fabriquée artisanalement est unique. Non compatible avec le lave-vaisselle.

Prix de vente conseillé : entre 50 € et 60 €.

The "Acero" collection set includes a cheese board in olive wood and metal, ceramic plates and an erasable marker. Each handmade piece is unique. Not dishwasher-proof.

Recommended retail price: between 50 € and 60 €.

4 Jean Dubosi

Cette cave à fromage en hêtre naturel comporte un couvercle gravé, un fond en Plexiglass, deux grilles d'aération et un couteau à fromage Laguiole. Idéale aussi pour présenter le fromage.

Prix de vente conseillé : 67 €.

This cheese cellar, made of natural beech wood has an engraved lid with a Plexiglass inner, two vents and a Laguiole cheese knife. Ideal too for presenting cheese thanks to its sliding tray.

Recommended retail price: 67 €.

5 Henri Mazelier

Conçue en PaperStone, cette planche dispose d'un socle magnétique qui permet de fixer le couteau qui l'accompagne. Le tout a été dessiné par Cédric Ragot. La planche est déclinée en deux tailles.

Prix de vente conseillés : 395 € (petite planche + couteau), 455 € (grande planche + couteau).

Designed in PaperStone, this cheese board has a magnetic base for attaching the knife, delivered with it. The ensemble was designed by Cédric Ragot. Cheese board available in two sizes.

Recommended retail prices : 395 € (small board + knife), 455 € (large board + knife).

CONSOSCOPIE

Enquête

6 Boska

Composé d'une planche en chêne, d'un fil à couper en acier inoxydable et d'une cloche en plastique, ce set peut être utilisé comme plateau. Vendu avec deux fils à couper supplémentaires.

Prix de vente conseillé : 39,90 €.

Composed of an oak board, a stainless steel wire cutting and a plastic dome, this set can be used as a display tray; sold with two additional cutting wires.

Recommended retail price: 39.90 €.

7 WMF

Cette série de couteaux à fromage dispose de lames en acier spécial et de manches en acier inoxydable forgés d'une pièce. Il permet aussi de réaliser des copeaux.

Prix de vente conseillés : 54,90 € les trois, 23 € la pièce.

This set of cheese knives have blades made of special steel with stainless steel handles. Forged in one piece, this set can be used to make flakes.

Recommended retail prices: 54.90 € for three, 23 € each.

8 Microplane

La collection Elite se compose de râpes en acier inoxydable équipées d'un couvercle transparent qui fait aussi office de contenant gradué (250 ml). Celui-ci est doté d'un embout antidérapant pour plus de stabilité. Existe en quatre coloris.

Prix de vente conseillé : 24,95 €.

The Elite collection is made up of graters made of stainless steel. They have a clear cover which can serve as a measured receptacle (250 ml) and the non-slip tip allows much more stability; available in four colours.

Recommended retail price: 24.95 €.

9 Tellier

Cette girofle sert à râcler des fromages en forme de fleurs. Le socle en bois (ø 22 cm) comporte quatre freins pour empêcher le fromage de bouger. Axe et couteau en inox.

Prix de vente conseillé : 22,50 €.

This girofle cheese scrapes cheeses into rosettes. The wood base (22 cm diam.) has four nubs to prevent the cheese from moving. Shaft and blade made of stainless steel.

Recommended retail price: 22.50 €.

8



France », explique le directeur général de Bérard France, Philippe Pastré. Et d'ajouter : « des gens qui ont un certain niveau de vie, ou qui veulent atteindre une certaine image vis-à-vis de leurs convives, vont essayer d'imiter ou d'avoir des références françaises ». Un avis enrichi par celui d'Edmond Kassapian, qui indique qu'« il est normal que l'univers du fromage dans le pays qui en mange le plus soit présent chez Geneviève Lethu et en plus accessoirisé », soulignant aussi que les « partenaires étrangers de la marque viennent chercher ce qui n'existe pas dans leur pays » et que « le fromage est un digne représentant de la France ». C'est pourquoi, il n'est pas surprenant de trouver de nouveaux venus dans ce rayon tel que Peugeot qui a lancé en janvier dernier son premier moulin à fromage. « Moudre, on le fait depuis 200 ans avec nos moulins mais en restant dans les univers du sel et du poivre », raconte Ludovic Bolou, « on a commencé à s'intéresser au fromage car c'est un marché important et en croissance. On consomme de plus en plus de fromage râpé ». Et si Peugeot

they also think of France," says the CEO of Bérard France, Philippe Pastré. He adds, "people who have a certain standard of living, or who wish to have a certain image with respect to their guests, will always try to imitate or have French products." It's an opinion backed up by Edmond Kassapian, who says "it's normal that in the world of cheese, in the country which eats the most of it, that it is supplied by Geneviève Lethu, and accessorised as well," also noting that "overseas partners of the brand are looking for things that don't exist in their country" and that "cheese is a worthy representative of France." That's why it is not surprising to find new entrants in this universe, such as Peugeot, which in January launched its first cheese mill. "Knowing how to grind is something that has been done for 200 years with our grinders, but that was for salt and pepper," says Ludovic Bolou, "we began to focus on cheese as it's an important and growing market, more and more grated cheese is being consumed." And while Peugeot is innovating, others are deciding to move upmarket.

10 Kitchen Craft

Ce service comprend trois couteaux et une fourchette dotés de lames en acier inoxydable et de poignées incurvées en bois. L'ensemble est complété par un plateau (ø 25 cm) en bois. Ne passe pas au lave-vaisselle.

Prix de vente conseillé : 14 €.

This cheese service includes three knives and a fork. All have stainless steel blades and curved wood handles. This set is completed by with a platter, also in wood (25 cm diam.). Not dishwasher-proof.

Recommended retail price: 14 €.

11 Joseph Joseph

Ce set réunit un couteau à lame classique pour les fromages à pâte dure et un second à lame dentelée pour les fromages à pâte molle. Les poignées magnétiques permettent de les imbriquer pour plus de sécurité. Existe en deux coloris.

Prix de vente conseillé : 29,50 €.

This set consists of a knife with a classic blade, is ideal for hard cheeses, and a second one with serrated blade for soft cheeses; available in two colours.

Recommended retail price: 29,50 €.

12 Salt&Pepper

D'un diamètre de 35 cm, cette planche tournante mixe le bois et la pierre – marbre blanc ou granit noir.

Prix de vente conseillé : 49,90 €.

With a diameter of 35 cm, this rotating board mixes wood and stone (white marble or black granite).

Recommended retail price: 49.90 €.

13 Zyliss

Conçue avec un tambour extra-large qui ne colmate pas pour un râpage rapide, cette râpe rotative possède une poignée repliable pour en simplifier le rangement. Passe au lave-vaisselle.

Prix de vente conseillé : 23,20 €.

Designed with an extra-large drum that does not clog for quick grating, this rotary cheese grater has a handle that folds away for easy storage; dishwasher-safe.

Recommended retail price: 23.20 €.



10



11



12



13

innove, d'autres montent en gamme. Ainsi la ligne Acero de Bérard France bascule dans le haut de gamme et permet à la marque de Philippe Pastré, de « se différencier par rapport aux autres » et d'« entrer dans une catégorie plutôt prestigieuse liée au domaine du cadeau ». Un désir de faire de ces articles des objets à offrir, partagé par Guy Degrenne qui propose « une offre complète dédiée à la présentation et dégustation du fromage ainsi que des coffrets cadeaux ». Car ces produits peuvent devenir des cibles de choix pour faire un cadeau utile, pratique et séduisant. Cibles de choix, certes, mais qui ne sortent peut-être pas assez de l'ordinaire comme le raconte Jean-Marc Loiseau, gérant de La Carpe, magasin spécialisé dans les ustensiles de cuisine à Paris : « On remarque un manque de nouveauté dans ce domaine. Il n'y a pas un article qui sorte vraiment du lot. Seuls les décors changent. » De quoi pousser les fabricants à trouver plus d'idées alliant originalité et utilité pour des dégustations gourmandes.

● CONSTANCE BERJAUT

Thus the Acero range by Bérard France has switched to the high-end allowing Philippe Pastré's brand to "differentiate itself from others" and "move into a more prestigious category relating to the gift sector." This desire to make these items into gifts is shared by Guy Degrenne, offering "a complete range dedicated to the presentation and tasting of cheese, along with special gift boxes." Because these products may become options of choice when it comes to finding a gift which is at the same time useful, practical and attractive. A target of choice, certainly, but perhaps not quite out of the ordinary enough, as noted by Jean-Marc Loiseau, manager of La Carpe, a store specialising in cookware in Paris: "What we are seeing is that there is a certain lack of innovation in this area; there aren't really any items which stand out from the rest; only decoration varies." It's something which should push manufacturers to find ever more ideas combining originality and utility, for gourmet cheese tastings.

● CONSTANCE BERJAUT

10