

TENDANCES DE

Chefs

20
23

#1 BON ET SAIN

#2 ENGAGÉ

#3 ÉMOTIONS
& SINGULARITÉ

#4 DÉJÀ DEMAIN



la maison de l'Excellence®



Edito

Quelles sont les tendances de consommation qui vont vous inspirer et vous permettre d'inventer la Cuisine et la Pâtisserie de demain ?

Nous vous proposons d'explorer 4 méga-tendances qui impactent les métiers de bouche à l'échelle internationale à travers des concepts, ingrédients, saveurs, techniques, recettes et portraits de chefs...

La demande de santé et de bien-être, la prise en compte de la crise climatique, la recherche d'émotions, l'expression d'une singularité renforcée pour les jeunes générations et la digitalisation de la société (télétravail, livraison à domicile, réseaux sociaux) vont façonner le monde de demain.

En 2023, le contexte conjoncturel se tend. Le consommateur redéfinit sa perception de l'offre et la ré-évalue en intégrant non seulement la qualité du produit mais aussi les valeurs qu'il porte et en mesurant les coûts...

Nous sommes très conscients que chaque zone géographique possède des particularités culturelles ancrées et que c'est vous qui allez faire les tendances de demain.

Nous sommes à vos côtés, pour vous inspirer et vous accompagner à relever ces défis et à inventer un monde alimentaire meilleur en gardant intact le plaisir de donner et la volonté de perpétuer le désir...

Bonne découverte !

sommaire

- P 04 **#1 bon et sain**

- P 12 **#2 engagé dans le respect de la planète & des hommes**

- P 20 **#3 émotions & singularité**

- P 28 **#4 déjà demain**

- P 36 **Savencia Fromage & Dairy**

- P 37 **La Maison de l'Excellence**



bon et sain



Le lien entre alimentation et santé est maintenant évident pour les consommateurs. Le Covid a accéléré cette tendance. Mais le consommateur ne veut plus de compromis sur le goût et le plaisir gustatif. Il veut plus de propositions équilibrées et gourmandes.

bien-être
fraîcheur
nutrition
naturalité
plaisir déculpabilisé



sous tendances



1

Sublimer l'ingrédient

Simple, pas trop sucré, pas trop gras mais plein de saveurs. On revient à l'ingrédient central pour une exposition de saveurs. On renforce l'aspect nutritif avec des ingrédients à forte connotation santé, on exploite les bienfaits de la nature.



2

Ultra frais & de saison, l'autoproduction

Artisan-producteur, on fait soi-même, on produit sur place pour toujours plus de fraîcheur, de goût et de bienfaits, on propose une offre de la ferme ou du jardin à la fourchette.



3

Les nouvelles boissons, sans alcool mais pleines de saveurs

L'alcool n'est plus très tendance pour les Millenials et la génération Z. Ils veulent prendre du plaisir sans avoir l'impression d'entamer leur capital santé - Les kombucha, les kefir, les "mocktails", les versions sans alcool des grands classiques se développent partout.



4

L'alimentation fonctionnelle

Avec des bénéfices nutritionnels renforcés (ex: riche en protéines pour les actifs, riche en anti-oxydants, favorisant l'immunité etc...). Dans la lignée des régimes keto aux US, de la cosmeto-food au Japon.

67%

des consommateurs européens souhaitent une **carte simple et claire** pour s'assurer que les **produits sont frais, naturels et de saison.**
(NPD 2022)

2/5

Dans le monde, 2 consommateurs sur 5 sont à la recherche de produits alimentaires qui les **aident à se sentir bien et détendus.**
(Innova Flavor trend 2022)

60%

des consommateurs dans le **monde** considèrent que les saveurs végétales sont souvent **bonnes pour leur santé.**
(Innova Flavor Survey 2022)

En Asie,

71%

des consommateurs ont l'intention de **dépenser plus pour leur santé et leur bien-être.**
(Innova Market Insights 2021)





L'interview du Chef

Josh Boutwood

- Chef exécutif du Bistro Group (120 magasins aux Philippines).
- Chef et propriétaire de The test kitchen, Savage, Helm & Ember (très centré sur le chef et donc un défi quotidien)
- Ambassadeur Elle et Vire Professionnel

@chefjoshboutwood

Avez-vous déjà constaté l'évolution du marché philippin vers des alternatives alimentaires plus saines ?

Les médias sociaux ont joué un rôle important dans la tendance à un mode de vie plus sain. Je ne pense pas que ce soit aussi évident aux Philippines. Mais comme la plupart des tendances, nous les voyons se manifester dans les grandes villes avant qu'elles ne se manifestent dans les nôtres. **Tous mes restaurants incluent des plats "sains" en standard**, mais je ne ressens pas l'envie en ce moment d'investir dans un nouveau concept uniquement centré sur cela.

Comment vous approvisionnez-vous aujourd'hui ?

Nous avons soigneusement choisi des fournisseurs et des agriculteurs qui comprennent nos besoins et sont en mesure de répondre à notre demande. Une grande partie de ce que nous faisons est **de la ferme à la table, travailler avec des petits producteurs qui aiment ce qu'ils font** modifie les saveurs et vous pouvez sentir la différence.

Avoir également la connaissance et la compréhension de l'origine d'un produit particulier est un bonus, pouvoir partager cela avec les convives les fait se sentir plus connectés et impliqués dans l'expérience.

Quelle importance accordez-vous aux légumes ?

Les Philippines sont bien connues pour surcuire les légumes et limiter ainsi la quantité de nutriments que

l'on reçoit en les consommant. Nous mettons un point d'honneur à ce que **chaque plat comprenne au moins 20% de sa composition complète en légumes, bien cuits pour préserver au maximum leurs valeurs nutritionnelles.**

Avez-vous constaté un changement dans les habitudes de commandes de plats végétariens depuis la pandémie ?

Nous n'avons pas vu autant que le reste du monde une augmentation de la demande de plats végétariens sauf lors de la sortie d'un documentaire Netflix "The Game Changers". Nous sommes une culture de consommation de viande et de fruits de mer. Je crois aussi fermement que lorsqu'un client mange et dîne dans nos restaurants, il recherche d'abord une expérience.

Quels ingrédients utilisez-vous éventuellement pour booster naturellement un plat ?

Le corossol est un fruit tellement sous-estimé et je pense que sa saveur est adaptée à de multiples processus, du frais au vinaigre en passant par l'ajout d'une touche aux plats salés.

Les fibres, les légumes frais et les agrumes apportent aussi une saveur plus vive aux plats.

Mis à part la fermentation, la tendance du cru qui était une tendance il y a quelques années est je pense le moyen de consommation le plus nutritif.

« Tous mes restaurants incluent des plats "sains" en standard »

« Outre leurs propriétés probiotiques, les aliments fermentés ont une saveur plus intense. »

Vous parlez de la fermentation, qu'en pensez-vous ?

La fermentation est très importante pour moi. **Outre leurs propriétés probiotiques, les aliments fermentés ont une saveur plus intense.**

Depuis le premier jour, nous nous sommes concentrés sur l'utilisation d'ingrédients fermentés dans chaque plat afin d'augmenter l'umami et le côté intrigant des plats.

Aux Philippines, manger sainement signifie parfois manger cher. Comment pouvez-vous démystifier cette idée ?

Il faut comprendre le vrai sens de sain. Avec les bonnes informations et connaissances sur ce qui est sain et ce qui ne l'est pas, il n'y a pas de réelle différence de prix.

Quelle est votre vision pour demain ?

Ma vision a toujours été centrée sur la durabilité, tout en offrant aux clients la possibilité de se créer des souvenirs lorsqu'ils dînent chez nous. Limiter la quantité de déchets et créer des plats à valeur ajoutée aux menus qui utilisent des rebuts ou ce que l'on perçoit comme tel. Utiliser aussi le temps comme ingrédient pour nous aider à conserver les ingrédients pour une utilisation ultérieure. Les déchets sont un facteur majeur depuis des années dans notre industrie et limiter leur nombre est une mission que nous avons commencée il y a plus de 6 ans et c'est toujours un travail en cours.



"Tea time"

de Felicia Huang

Cheffe Pâtissière chez Sinodis, Chine

Le matcha n'est plus à présenter pour ses bienfaits. Avec sa richesse en vitamines, en acides aminés et en antioxydants, cette poudre de thé vert s'inscrit parmi les superaliments. Selon la Cheffe pâtissière, l'association avec la crème Excellence Elle et Vire apporte une richesse supplémentaire en termes de saveur.



scanner pour retrouver la recette

les ingrédients & goûts

24% des consommateurs dans le monde choisissent un goût "frais et épicé" quand ils veulent se sentir en bonne santé et 19% une saveur acidulée
(Innova Flavour 2022)



DES SAVEURS SAINES : les épices, agrumes, plantes aromatiques, champignons, algues.

Focus sur les agrumes : Il existe une multitude d'agrumes selon les régions du monde et selon les saisons. Les agrumes japonais (yuzu, hassaku, kabosu, sudachi), les cédrats, les pamplemousses (dont le chinois), les mandarines, clémentines, le citron Combava (Indonésie), le citron caviar, le kumquat, le kalamansi des Philippines, le Pompia (endémique de Sardaigne). C'est sans fin!

22% des consommateurs européens disent avoir réduit leur consommation de sucre.
(NDP 2022)



DES SUCRANTS NATURELS : les fruits et particulièrement la figue ou la datte, la cannelle, le sucre de la fleur de coco, le miel, la vanille, le sirop de patate douce, le sirop de tapioca, le sirop de yacon.

Focus sur le sirop de chicorée. La chicorée est une plante qui pousse naturellement en Europe, Inde, Afrique du Nord. On utilise principalement ses racines. Elle améliore le confort gastro-intestinal et exerce une action antioxydante et anti-inflammatoire. Une racine de chicorée contient 15 à 20 % d'inuline (fibre de racine de chicorée). L'inuline peut s'employer comme substitut de sucre dans les pâtisseries, les gelées...

14% la part du CBD alimentaire dans le marché du CBD (IRI/BDSA 2021) principalement sous forme de confiserie, chocolat ou boissons

LE CBD OU CANNABIDIOL est un cannabinoïde naturel présent dans la plante de cannabis (chanvre).

Il ne possède pas d'effets psychoactifs. Pour une utilisation en cuisine, le CBD est proposé sous diverses formes allant de la fleur ou feuille de chanvre séchée à l'huile ainsi que dans des produits prêts à l'emploi tels que les huiles et vinaigres aromatisés. Cependant, l'aspect légal de son utilisation est variable selon les régions.



la technique

LA FERMENTATION ET L'ALIMENTATION « VIVANTE »

+21% de lancements d'aliments fermentés dans le monde (CAGR 2017 - 2021) (Foodingredients)

Utilisée pour la conservation des aliments comme pour la production de certaines boissons, elle contribue aussi à la détoxification de plantes sauvages ou domestiquées (comme le manioc, les céréales, les légumineuses - soja, graines de néré, miso). La fermentation rend les aliments plus digestes et renforce leur valeur nutritive. Elle préserve la plupart des vitamines, minéraux et oligoéléments et en facilite leur bonne assimilation. Elle est réputée pour favoriser une bonne immunité en boostant le microbiote avec une flore plus vivante.

la vision

la maison de l'Excellence®



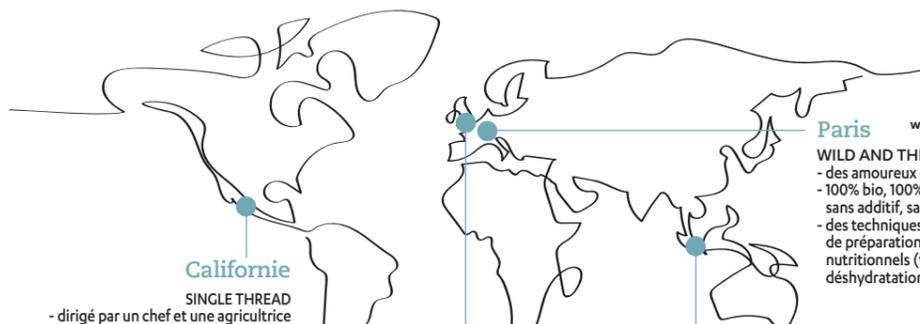
La recherche d'une cuisine ou d'une pâtisserie **naturelle, saine et pleine de saveur** est une volonté forte. Nous cherchons à utiliser des ingrédients simples et naturels, sans additifs, des cuissons saines et nous retravaillons les recettes pour en augmenter l'équilibre. **Au-delà du bon produit, nous voulons travailler aussi la bonne façon de les associer**, retrouver l'équilibre des cuisines traditionnelles entre les aliments utilisés, à la manière du yin et du yang dans la culture asiatique.



La suggestion du chef

“ Refaire consommer des légumes de façon gourmande, en **variant les plaisirs**, avec des légumes grillés à la place des frites ou avec des carottes en gâteau... ”

lieux inspirants



Californie

SINGLE THREAD

- dirigé par un chef et une agricultrice
- le style unique de la cuisine japonaise avec les ingrédients récoltés à la ferme
- des champs cultivés à la main au rythme des saisons



singlethreadfarms.com

Londres

BUBALA

- nouvelle génération de restaurants végétariens
- reconnue pour sa cuisine au-delà du vegan
- pas de substitut de viande, pas de produits synthétiques ou transformés
- défendre tous les légumes et les sublimer par la fermentation par exemple



bubala.co.uk

Thaïlande

IBERRY

- "ice cream et berry"
- glace artisanale haut de gamme,
- ingrédients frais et parfums naturels sans colorants ou arômes artificiels
- fruits tropicaux thaïlandais au goût 100% naturel.
- naturellement riches en vitamines et antioxydants : le santol, le pandan, le taro, le tamarin et le durian.



iberryhomemade.com



wildandthemoon.fr

Paris

WILD AND THE MOON

- des amoureux du goût sans compromis !
- 100% bio, 100% végétale, 100% sans plastique, 100% fait maison, sans additif, sans déchets alimentaire, et aussi local que possible
- des techniques de savoir-faire traditionnel de préparation des aliments pour en accroître les pouvoirs nutritionnels (trempage des noix, pré-germination, déshydratation, pression à froid...)

Inspirations



pour nourrir la réflexion...

THÉRAPIE ALIMENTAIRE ?

Est-ce que demain nous irons au restaurant plutôt que d'aller chez le médecin ? Prendre un abonnement à un restaurant pour avoir une cure de bienfaits gourmands comme on prend un abonnement à une salle de sport ? En France, la marque de livraison à domicile "Comme j'aime" propose des cures pour maigrir, peut-on penser à des cures pour des bénéfices fonctionnels : sa beauté, son taux de cholestérol etc...?



engagé



**dans le respect
de la planète
& des hommes**

Partout dans le monde, les consommateurs prennent conscience du réchauffement climatique et de son impact. Ils attendent donc des marques et des acteurs des métiers de bouche de contribuer à l'effort collectif et de les aider à être de meilleurs consomm'acteurs.

transparence *local* équilibre
impact positif *planète*



sous tendances



1

Eco-système local

On redécouvre les ingrédients et les savoir-faire locaux, les approvisionnements se redéveloppent en circuit-courts avec des liens forts entre partenaires passionnés du produit et de leur métier.



2

Zéro Gachis !

Réduction des déchets et réduction du gachis alimentaire. Revenir aux fondamentaux de la cuisine avec l'utilisation de toutes les parties des ingrédients tant pour les végétaux que pour les animaux / poissons.

3



le "Classic Veggie"

Transformer une recette classique en recette végétarienne (ex: chili sin carne, fish and chips vegan). De nouveaux ingrédients de **protéines alternatives** se développent à base de légumineuses, algues, champignons, fruit du jacquier... y compris pour les produits de la mer.

4



Sourcer des ingrédients avec un impact positif

pour la planète, issus de **méthodes agricoles régénératives**, qui revitalisent les sols et favorisent la biodiversité. Venue des US, cette micro-tendance se développe en Autriche, en Suisse et en Allemagne.

61%

des consommateurs européens choisissent un restaurant avec des produits locaux. (NPD 2022)

10 à 15 millions de tonnes

de déchets alimentaires produits chaque année par les restaurants américains. (Foodprint)

90%

du stock marin mondial est déjà exploité, sur-utilisé ou sous menace sévère de sur-pêche selon les Nations Unies.



29%

des consommateurs européens préfèrent un restaurant avec une option végétarienne ou vegan. (NPD 2022)

L'interview du Chef



« ...on est un métier,
on est ancré
dans la terre,
ce sont des valeurs. »

Benoît Castel

Chef Pâtissier Boulanger

- 3 boutiques à Paris « à 10 mn en vélo les unes des autres »
- Dernière ouverture (2022) : L'ALIMENTATION épicerie fine avec du fait-maison et des produits prêt à finir à la maison
- Ambassadeur Lescure

Benoît présentez-vous en quelques mots.

Je suis Benoît Castel, **je suis pâtissier boulanger**, je suis avant tout pâtissier plus que boulanger. J'ai fait ma carrière dans la pâtisserie et puis après, je me suis pris depuis une dizaine d'années au jeu du pain et ça m'amuse beaucoup. Je travaille aussi beaucoup en restauration le week end, notamment à Ménilmontant, on a un brunch avec le côté tout fait maison.

Qu'est-ce qui vous plaît dans l'univers de la boulangerie-pâtisserie ?

Ce qui m'a beaucoup plu dans l'univers de la pâtisserie boulangerie ou de la boulangerie, c'est qu'avant tout, ce sont des vrais lieux de vie aujourd'hui. **On est très intime avec les gens. La boulangerie, c'est le quotidien.**

Qu'est-ce qui vous semble important dans votre démarche engagée en tant que chef ?

On a un rôle important, je dis toujours, c'est **le choix de nos matières premières**. En tant que chef et en tant qu'artisan ayant un commerce, les gens viennent chez nous acheter des choses qu'ils mettent dans leur bouche.

Donc il faut absolument pour moi que les matières premières soient de bonne qualité.

Comment définissez-vous un sourcing de bonne qualité ?

Le sourcing, c'est prendre plaisir à rencontrer la personne qui cultive, qui nous amène les légumes en direct. Ça, ça nous fait plaisir.

Et puis on va le dire. Les gens le savent, on va travailler des farines bio, on va travailler avec des paysans meuniers. Les gens, c'est pour ça qu'ils viennent aussi tous les jours chez nous, parce qu'ils savent.

Vous avez même fait un potager non ?

Depuis presque maintenant un an, on est en train de préparer un potager en Bretagne (j'ai mes racines là-bas). On aimerait faire une partie, je dis bien une partie de nos légumes pour nos boutiques, pour le brunch et l'épicerie. On fera certainement nos sauces tomate parce que c'est vrai que le jardin donne beaucoup en juillet et août. Nous, on a moins de travail à Paris, et c'est juste que ça fait du bien aussi à la tête de faire ça. On se disait "bon



qu'est ce qu'on plante comme tomates, on prend quoi comme variétés de tomates ?" c'est génial. **Et ça fait du bien aux équipes... on est un métier, on est ancré dans la terre, ce sont des valeurs.**

Avez-vous mis en place d'autres démarches engagées ?

Il y a aussi toute notre démarche d'anti-gaspillage qui est aussi très dans l'air du temps, mais qu'on a commencé depuis très longtemps sur la pâtisserie. Parce que, par exemple, pour faire le nappage, on récupère tous nos trognons de pommes, nos peaux de pommes et on va faire un nappage avec.

Si on commençait à respecter nos matières premières, c'est-à-dire à ne pas tout jeter, on gagnerait vachement de temps sur plein de choses. Nous, on fait les carottes...

On les brosse, on ne les épluche pas... Si la carotte a été bien faite, il n'y a pas de pesticides. On peut manger la peau, ça évite de l'éplucher déjà et c'est très bien.

Pouvez-vous nous parler de votre «pain d'hier et de demain» ?

Depuis deux ans, on a sorti un pain qui s'appelle le pain

d'hier et de demain qui est une vraie vertu. **On récupère tous les pains invendus et on en fait un nouveau pain.**

On a tout un process. J'ai vu ça chez un ami, Pierre, en Autriche, qui avait cette technique. On a mis à peu près un an avec les équipes pour le remettre en place chez nous. Et aujourd'hui, ça devient une vente de dingue...

Le problème est souvent que cela coûte plus cher de faire des bons produits non ?

On fait attention à avoir un juste prix. Malgré cette flambée des prix aujourd'hui, on essaie vraiment de rester dans un juste prix, avec une qualité de produits.

Après, on fait des pains, bien évidemment beaucoup plus chers et d'autres viennoiseries aussi. Mais on a un vrai point où **on veut que nos produits soient accessibles.**

On est un acteur du quartier, c'est-à-dire que les gens viennent chez nous tous les jours...

On est sur une pâtisserie très brute, on n'a pas de décor, on a le petit sablé qui est ma signature et on veut toujours rester dans quelque chose qui ne soit pas prétentieux...

"le Poireau en 7 façons"

de Bastien de Changy

Chef Nomade - Dotation Jeunes Talents Gault & Millau 2021

Travaillé dans son intégralité en association avec de la Reine-des-près et la crème Excellence Elle & Vire. Confire les blancs ou les passer au four, travailler le vert en confiture, en huile ou en poudre, frire ou déshydrater les racines : sept façons de redonner des lettres de noblesse à ce légume intemporel.



scanner pour retrouver la recette

tendance #2 engagé dans le respect de la planète & des hommes

les ingrédients & goûts



61% des consommateurs européens choisissent un restaurant avec des produits locaux (NPD 2022).

LES SAVEURS DE LA MICRO-CUISINE LOCALE : les "salted egg yolk", les fraises, les châtaignes en Asie, le caramel au beurre salé, le chaat masala...

Focus: le yaupon est une espèce de houx originaire du sud-est des États-Unis, seule plante caféinée indigène connue en Amérique du Nord.

Les Amérindiens l'infusaient en tisane ou "boisson noire" pour les rituels de purification. Les feuilles de yaupon fraîches donnent un thé qui a plus le goût du thé vert, les feuilles séchées ou torréfiées ont un goût plus proche du yerba maté. Le yaupon contient de la théobromine comme le chocolat noir et est réputé pour avoir un effet énergisant et stimulant.

+27% de lancements alimentaires avec une promesse de réduction de l'utilisation de l'eau (2017-2021) (Innova Market Insights 2022)

La bière "this beer saves water" est fabriquée à partir d'orge de Sinagua Malt. Il est produit dans la vallée de Verde par des agriculteurs locaux en fin d'hiver/printemps pour utiliser moins d'eau pendant les périodes de forte demande (fin printemps/été) et apporte une réponse à la baisse des débits de la rivière Verde.



1 légumineuse du pays des équipes participantes mise à l'honneur lors du Bocuse D'or 2023

Les légumineuses sont au cœur de la cuisine de tous les jours en Asie et fournissent une source indispensable de protéines. Leur diversité, leur richesse nutritionnelle, leur intérêt pour la santé des sols (fixation du nitrogène) et la biodiversité en font des alliées des systèmes alimentaires plus durables dans toutes les parties du globe. Les chocho d'Amérique latine (ou haricot tarwi) cultivés dans les Andes et utilisés pour tout, des soupes et plats principaux aux boissons et desserts, les fèves, originaires de la Méditerranée et de l'Asie centrale, les pois de Bambara d'Afrique de l'ouest, les adzukis largement utilisés au Japon, en Corée et en Chine.

la technique

LE JEU DE LA POUBELLE VIDE

4 à 10% des achats des restaurateurs américains est gâché avant d'atteindre le consommateur. (Foodprint)

Faire un jeu collectif et sortir un service avec une poubelle vide pour inciter les équipes à tout réutiliser et transformer, à penser ses recettes et ses portions en amont pour limiter les déchets, voire à proposer un plat « poubelle » à la carte...

la vision

la maison de l'Excellence

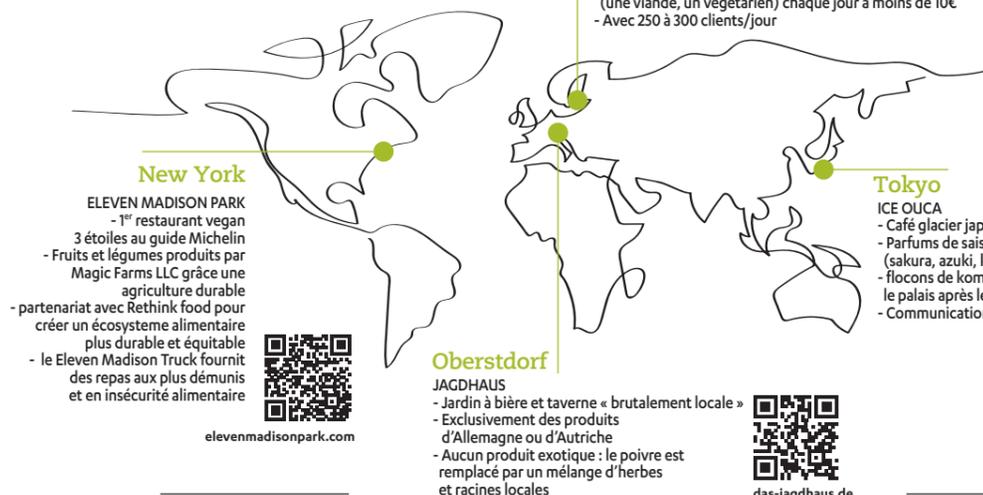


Depuis plusieurs années, les chefs, proches du produit et acteurs de leur territoire, ont tiré la sonnette d'alarme de la baisse des ressources naturelles et de la biodiversité, ont été précurseurs. Au delà du local, il est important pour nous de réduire notre empreinte sur la planète, de mieux gérer nos approvisionnements et nos méthodes pour ne pas gâcher les ressources. C'est le retour des fondamentaux de la cuisine artisanale. Notre volonté est de proposer des produits gourmands avec bienfaits et biens faits, bref sans compromis!



“ **Respecter** totalement les produits et les sous-produits. Retravailler tous les sous-produits avant de les jeter (épluchures, carcasses, arrêtes etc...). Retrouver une **carte courte**, plus **flexible**, pour s'adapter aux arrivages du jour locaux. ”

lieux inspirants



New York

ELEVEN MADISON PARK
- 1^{er} restaurant vegan
3 étoiles au guide Michelin
- Fruits et légumes produits par Magic Farms LLC grâce une agriculture durable
- partenariat avec Rethink food pour créer un écosystème alimentaire plus durable et équitable
- le Eleven Madison Truck fournit des repas aux plus démunis et en insécurité alimentaire



elevenmadisonpark.com

Malmö

RESTAURANGSPILL
- Erik Andersson Mohlin (chef) et Ellinor Lindblom Mohlin (chef de restaurant)
- Une mission simple : lutter contre le gaspillage alimentaire
- A partir des invendus des fournisseurs, préparation de 2 plats (une viande, un végétarien) chaque jour à moins de 10€
- Avec 250 à 300 clients/jour



restaurangspill.se

Tokyo

ICE OUCA
- Café glacier japonais
- Parfums de saison et faits maison (sakura, azuki, karinto, kokuto...)
- flocons de kombu salés pour nettoyer le palais après les glaces
- Communication en forme de poésie japonaise



ice-ouca.com

Oberstdorf

JAGDHAUS
- Jardin à bière et taverne « brutalement locale »
- Exclusivement des produits d'Allemagne ou d'Autriche
- Aucun produit exotique : le poivre est remplacé par un mélange d'herbes et racines locales



das-jagdhaus.de

Inspirations



pour nourrir la réflexion...

BIENTÔT UN NOUVEAU CAFÉ EUROPÉEN ?

Le réchauffement climatique modifie profondément les cultures. En Sicile, les fortes chaleurs et le manque d'eau rendent incertaine la culture des agrumes mais autorisent des cultures jusque là exclusivement équatoriales !... Outre des fruits exotiques (mangues, papayes, avocats), la famille Morettino a mis en culture des caféiers. Pour la première fois depuis 30 ans, une récolte de 30kg de café a pu être torréfiée ! Bonne ou mauvaise nouvelle ?



émotions & singularité



excitant
ré-échantement
décalé
sensoriel
exploration
surprise



Les consommateurs cherchent des bulles d'évasion, de plaisir et de lâcher-prise. Retrouver ou s'immerger dans les émotions qu'elles viennent de l'enfance, du voyage ou simplement du jeu devient un petit luxe accessible ! La nourriture s'impose comme une nouvelle religion pour la génération Z et leur permet d'afficher leur singularité. Il devient alors plus important de se faire plaisir que de respecter les codes...

sous tendances

1



Newstalgie

Répondre au double désir du consommateur de retrouver ce qui lui est connu et rassurant et de découvrir ce qui est nouveau et excitant. Un produit de l'enfance ré-inventé avec une saveur fraîche et exotique ou avec un ingrédient un peu transgressif.

2



Les petits luxes ultra-gourmands & accessibles

Les petits plaisirs gourmands, qu'on s'autorise en version haut de gamme mais qui restent accessibles, pour se récompenser ou se détendre mais en version saine évidemment (cf tendance 1)

3



Rêves d'évasion et exotisme authentique

Retrouver les saveurs originelles des zones géographiques qui font rêver. La pâtisserie artisanale européenne continue à se développer en Asie. La cuisine coréenne, thaï ou du Levantin continuent de stimuler les imaginaires européennes ou américains.

4



La nourriture distraction "eatertainment" et la créativité culinaire virale

Transformer la prise alimentaire en expérience immersive et ludique en sollicitant tous les sens des clients, avec des versions extravagantes et décalées des produits.

62%

des millenials recherchent des expériences personnalisées. (Euromonitor 2021)

+ de 1/2 consommateur

souhaite être plus aventurier dans ses choix alimentaires. (Innova Trend 2021)



73%

des consommateurs américains apprécient des choses qui leur rappellent leur passé. (Mintel 2022 / Whole foods 2023)

30%

des consommateurs dans le monde recherchent des saveurs qui sont traditionnelles de leur patrimoine culinaire. (Innova Flavor 2022)



L'interview du Chef

« Je suis toujours désireux de comprendre davantage le sens derrière la méthode ou l'approche. »

Chong Ko Wai

Co-Fondateur de C3-Lab
 Chef Ko Wai a fait sa carrière à Taiwan et en Malaisie
 • Professeur à l'Académie des Arts Pâtisiers de Malaisie pendant 8 ans
 • 2^{ème} place au Mondial des arts sucrés à Paris (2016)
 • Ambassadeur Elle et Vire Professionnel
 @Bread Pitt

Comment gérez-vous ce double désir du consommateur de familiarité et d'innovation que l'on pourrait appeler la « newstalgie » ?

Aujourd'hui, j'utilise différentes méthodes de préparation que j'ai apprises à l'étranger, qui comprennent des méthodes traditionnelles et modernes, avec des ingrédients locaux tels que le sucre de coco, les haricots rouges, les calamansi, etc.

Comment la pâtisserie peut-elle continuer à surprendre et personnaliser les expériences ?

La tendance « Omakase » croissante ouvre des portes pour que le chef pâtissier soit plus aventurier lorsqu'il innove dans sa pâtisserie. Cela offre plus de possibilités en termes de goût et de façon de servir la pâtisserie (style à la minute). Espérons que cette tendance permettra à davantage de consommateurs d'apprécier et de valoriser l'effort des chefs.

À quel point la pâtisserie doit-elle être sérieuse ?

La pâtisserie peut être ludique et sérieuse à la fois :

- 1) Ludique pendant la recherche et le développement, en n'ayant jamais peur de l'échec car c'est très important pour obtenir un résultat satisfaisant et innovant.
- 2) Le sérieux lors de l'exécution de la préparation des

aliments pour servir nos clients, car la cohérence et la précision sont essentielles pour garantir le maintien de la qualité.

En tant que « Bread Pitt », vous jouez aussi avec les mots sur les réseaux sociaux.

Instagramable a été l'un des mots les plus largement utilisés pour l'alimentation ces dernières années. Mais à mon humble avis, c'est le goût des aliments qui prime. A la fin de la journée, c'est de la nourriture que nous savourons. Il est donc très important pour moi de garder sans cesse un **équilibre entre Instagramable, bon et pratique à produire** en toutes circonstances.

On vous appelle « l'architecte du gâteau » en jouant sur l'alliance des saveurs et de l'apparence. Vers quoi allez-vous en ce moment ?

Des saveurs et des goûts légers mais définis, des textures plus légères, des couleurs naturellement liées à l'aliment, plus de monochromatique, des formes arrondies et organiques, plus neutre pas trop compliqué.

Que pensez-vous des nouvelles approches en pâtisserie ?

Beaucoup essaient constamment de nouvelles approches qui pourraient être qualifiées de « cuisine du



chaos » par rapport à la manière fondamentale de faire de la pâtisserie. Les préférences et les attentes des consommateurs ont changé au fil des ans et certaines technologies et équipements peuvent totalement changer le mode classique de préparation de la pâtisserie. Personnellement, je ne suis pas contre et j'adopte même parfois de nouvelles méthodes de préparation, mais **je suis toujours désireux de comprendre davantage le sens derrière la méthode ou l'approche.**

Quels sont pour vous les apports de la pâtisserie classique ?

Je trouve que la pâtisserie classique est très pertinente et pleine de séduction (Paris Brest, Opéra, Tiramisu, Forêt Noir). **Il y a quelque chose à explorer même si c'est classique parce que ces recettes ont traversé le temps.** J'ai passé pas mal de temps à comprendre le goût réel de la pâtisserie classique mythique avant d'innover à ma façon. Prenez un Opéra par exemple : la hauteur est d'environ 2,5 à 3 cm, car cela donne un très bon équilibre de goût, ce n'est pas trop gras et lourd à manger parce que la crème

au beurre et la ganache sont étalées en couche mince.

Que vous apportent les nouvelles solutions techniques ?

A l'inverse, personnellement, je n'aime pas trop la « lemon curd » classique à cause de la saveur d'œuf, mais l'œuf est essentiel dans la formulation car il maintient la recette émulsionnée et la protéine d'œuf donne du corps à la recette en lui donnant une sensation en bouche homogène. Je suis maintenant en mesure de retirer les œufs avec certains ingrédients qui remplacent la fonction des œufs dans la formulation de recettes classiques. Le résultat est un goût de fruit plus franc sans la distraction de l'œuf. Les nouveaux ingrédients et équipements fonctionnels, donnent aux chefs plus de liberté pour innover.

Quelle devrait être la pâtisserie de demain ?

Mon souhait est que la pâtisserie de demain soit innovante mais respecte aussi certains fondamentaux pour en préserver le patrimoine.

"Tourbillon Mûre Cassis"

de Yann Brys

Chef Pâtissier MOF 2011 - Pâtisserie Tourbillon
 Chef de la création du Groupe Evok
 Ambassadeur Elle et Vire Professionnel

Tourbillon inspiré lors d'une cueillette de fruits des bois sauvages fin août. Les mûres et les cassis sont relevés avec une note de gingembre et adoucis avec une crème légère à la vanille et un sablé croquant au thym. Le visuel en Tourbillon, un atout pour révéler la gourmandise lors de la dégustation selon le chef Yann Brys.



scanner pour retrouver la recette

les ingrédients & goûts

+138% de croissance pour les saveurs épicées dans les cartes de boulangerie / pâtisserie aux US (Mintel 2022)

"SWICY FOOD" contraction de "sweet and spicy"

Des saveurs complexes et des combinaisons inattendues - du sucré et épicé (des variétés de piments avec des ingrédients sucrés dans les pâtisseries) ou du sucré et umami ou du sucré (caramel/miso) et de l'acidulé (honey/yuzu).



49 % des consommateurs américains se disent intéressés par la cuisine de rue d'autres pays (Dataessential 2022)

Les saveurs de la cuisine de rue (#Street food)

Au-delà des food truck et des festivals de street food, les saveurs de la cuisine de rue intègrent les cartes. Le goût de la mangonada, du maïs de rue grillé mexicain (elote), du chili crab, du takoyaki, du kebab, du chaat masala apportent surprise et authenticité.



1,7 million de posts #falafel sur instagram

La cuisine levantine avec ses épices très riches en saveur, ses recettes végétariennes, son utilisation des herbes fraîches, et ses plats variés, accessibles, à partager en toute convivialité (mezze, falafel, kofta, chackhouka, babaganoush, muhammara ...).

la technique

LE MULTI-SENSORIEL - EFFET WAOUH NATUREL

3/5 consommateurs sont intéressés pour essayer des nouvelles expériences sensorielles (goût, textures, couleurs, sensation) Innova 2020.

De la texture et de la couleur en topping, en inclusion ou en insert, avec des goûts cachés pour plus de surprise. Des ingrédients naturels : l'ube et sa couleur violette, la betterave ou la fleur d'hibiscus en décoction et leur couleur rouge soutenue, la fleur de pois papillon et sa couleur bleue dès qu'elle est infusée...

la vision

la maison de l'Excellence®



Perpétuer le désir, générer de l'émotion (souvent par le rappel d'un souvenir d'enfance), apporter du plaisir c'est le propre de nos métiers. **La générosité du chef** est essentielle. Il n'est pas donné à tout le monde d'être content d'être dans le back office et de regarder les gens être heureux en salle. **Il est essentiel pour nous de garder intacte l'envie de donner aux autres...**



“ Proposer un "Omakase" ou des éditions limitées pour surprendre et créer du désir. Omakase, expression japonaise qui signifie : « Je m'en remets à vous » pour demander au chef de surprendre ses hôtes en faisant sa propre sélection - une histoire de relation, d'échanges et de confiance... ”

lieux inspirants



San Francisco
BUTTER&
- Le buttercream cake américain traditionnel axé sur les saveurs
- 3 Styles : floral, textural ou ludique
- Engagement éthique fort dans le management du personnel



butterand.com

Londres
SPEEDBOAT BAR
- Exostime authentique : dans le quartier chinois de Londres comme si on était dans celui de Bangkok
- A créé une ferme dans le Dorset pour faire pousser des herbes et ingrédients typiquement thaï
- Viandes locales comme le tendon de bœuf, la langue, la poitrine...



speedboatbar.co.uk

Marseille

AM by Alexandre Mazzia
- des saveurs de la cuisine africaine liées à l'enfance du chef au Congo
- 19 à 22 couverts où les expériences gastronomiques peuvent être différentes d'un convive à un autre
- Importance du piment et du fumé/ de la torréfaction
- Association du chocolat au poisson grillé



alexandre-mazzia.com

Barhain

FUSION BY TALA
- Cheffe Tala Bashmi - élue Best chef du Moyen Orient
- Nostalgie et modernité à travers l'art culinaire
- Inspiration des recettes classiques du Bahrein (ghoozi, bamia)
- en version très contemporaine



fusionsbytala

Inspirations



pour nourrir la réflexion...

LA CUISINE DU CHAOS ("CHAOS COOKING") EST-ELLE LA NOUVELLE CUISINE ?

Venu des US et des réseaux sociaux, un style de cuisine, issu d'un héritage multi-culturel (lié aux brassages démographiques et au digital) qui s'affranchit des codes culinaires très patrimoniaux avec un petit côté "tête brûlée", dans la seule recherche de saveurs complexes. Cette vision correspond à l'esprit des plus jeunes générations pour qui le décorum et ses codes deviennent moins importants que le goût... Masala cheesesteak, Pastrami tacos...



déjà demain

transformation
efficience
révolution *technologie*

La perception de la technologie redevient positive pour les consommateurs ! Le Covid lui a permis de redorer son image, quand elle s'est mise au service de l'homme (les visios, les applis, les plateformes etc...). Elle peut aider les chefs et leurs équipes à préparer des aliments avec efficacité et qualité et surtout devient incontournable dans la relation client... Elle peut rester très fonctionnelle ou au contraire jouer sur l'émotion uniquement.



sous tendances



1

Les modèles économiques se réinventent avec le digital

Boom de la livraison à domicile et des plateformes, restaurants virtuels, cuisine collaborative, formation et conseil... Les chefs n'ont plus besoin de lieux physiques pour exister mais doivent apprendre de nouvelles compétences digitales !



2

Technosolution

La technologie au service de la planète et de l'homme : les fermes urbaines verticales pour réduire les intrants et optimiser les ressources, la viande de laboratoire pour le bien être animal... Les nouvelles technologies se présentent comme plus durables et la nouvelle façon verte de produire...

3



Les robots comme solution aux problèmes de main d'œuvre : en relation avec les convives notamment au Japon, certains peuvent être contrôlés par des personnes en situation de handicap pour être plus inclusifs. Les robots avatar avec leur motricité plus fine et les progrès en intelligence artificielle vont ouvrir de nouvelles utilisations potentielles en appui des personnels.

4



Le Foodverse (metavers alimentaire) et **les NFT** (Non Fongible Token) peuvent être le point de départ d'expériences sensorielles et relationnelles inédites. Créer reconnaissance, récompenses ou remises ce qui reste les attentes de tous les humains !

37%

des consommateurs européens commandent régulièrement via une application. (NDP 2022)

40%

des consommateurs US et UK sont très susceptibles de tester la viande produite en laboratoire. (The Good Food Institute 2021)

1/2

consommateurs dans le monde voudrait voir plus de coopération technologique pour créer des saveurs gourmandes, des nouvelles textures et / ou food form. (Innova trends 2021)

25%

de la population va passer au moins 1 heure dans les metavers en 2026. (Gartner Corporation 2021)

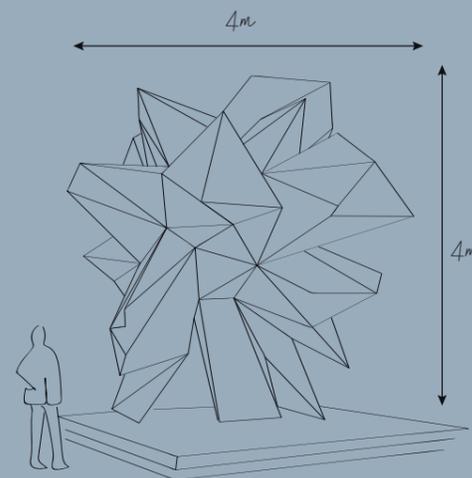


L'interview du Chef

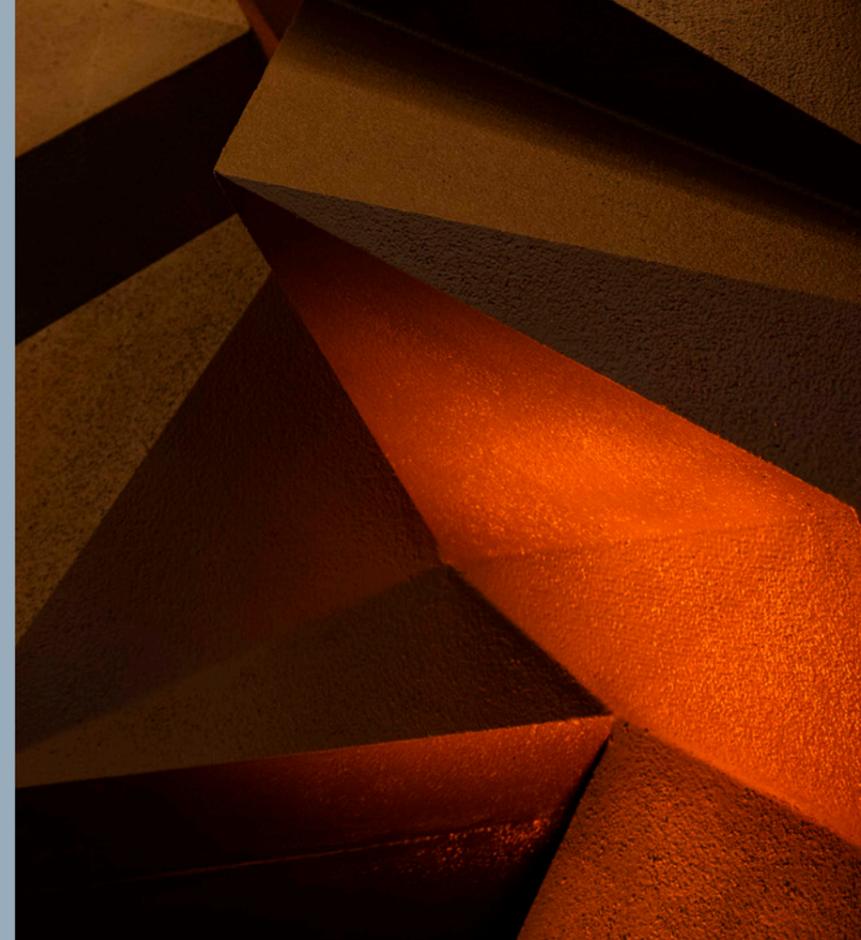
« Ne pas avoir peur d'aller vers l'inconnu et de faire des erreurs. »

François Daubinet

- Chef Pâtissier consultant international
- Ancien compagnon du devoir,
- Consultant depuis 2022
- Ambassadeur Elle & Vire Professionnel



« La technologie amène donc une certaine forme de liberté, ça me passionne. »



crédit photographie : @ Geraldine Martens

Comment continuer à perpétuer le désir sans faire goûter ses produits ?

En exprimant une vision claire et innovante. Aller chercher l'inspiration dans les univers qui nous passionnent. Nous avons la chance de pouvoir utiliser les réseaux sociaux, de créer des vidéos avec un smartphone, c'est un pouvoir de communication incroyable et gratuit ! Je pense qu'il faut s'exprimer sur ses valeurs avec sincérité et intelligence, mettre en lumière les formidables producteurs que nous avons et être audacieux dans son travail.

Quel est votre rapport à la technologie en pâtisserie / chocolaterie ?

Je trouve que nous sommes chanceux d'avoir accès à tant de technologies, **il faut être curieux** et savoir s'en servir. **Ne pas avoir peur d'aller vers l'inconnu et de faire des erreurs.** L'impression 3D est une révolution dans le monde entier et dans tous les domaines, je ne comprendrais pas que l'on ne soit pas capable d'en faire autant en gastronomie, en particulier en pâtisserie. Nous sommes en 2023, il faut vivre avec son temps et utiliser les innovations technologiques à bon escient.

Quelles opportunités vous apportent la technologie ?

Il faut aller voir dans les autres univers, la distillation à

froid par exemple est INCROYABLE, elle offre énormément d'opportunités de création. L'innovation permet de s'affranchir des contraintes. **La technologie amène donc une certaine forme de liberté, ça me passionne.**

Que pensez-vous des nouveaux outils d'assistance dans votre métier au quotidien ?

Je pense qu'il faut utiliser ces avancées technologiques avec intelligence (...) Nous faisons face à une pénurie de main d'œuvre dans nos métiers artisanaux ; ces nouveaux outils d'assistance sont déjà et seront une des solutions de demain pour garantir la qualité des produits et préserver son personnel.

L'évolution est naturelle, s'y opposer est une perte de temps et d'énergie.

Quels sont ceux qui vous semblent les plus intéressants à explorer ?

J'ai récemment vu des robots de service à Singapour, qui assistent le personnel de salle pour transporter les assiettes et plateaux, c'est canon ! Je crois que pour toutes les tâches répétitives à excès, c'est une très bonne chose afin de laisser à l'être humain l'opportunité de se concentrer sur les gestes à fortes valeurs ajoutées. Je préfère avoir le regard tourné vers l'avenir plutôt que dans le passé.

Quel est l'impact de la livraison à domicile sur les desserts et pâtisseries ?

Je pense que la pâtisserie est certainement le secteur le moins développé dans la livraison à domicile. Pour une raison évidente, la fragilité des desserts ! Pour des cookies, des verrines et du chocolat c'est parfait, pour le reste c'est moins évident. Il faut respecter la chaîne du froid, créer des desserts adaptés et les packagings associés. Pourtant **tout reste à faire**, je pense que nous ne pouvons pas regarder le train passer en restant sur le quai. A mon sens, la personne qui le fait très bien aujourd'hui, c'est Claire Heitzler.

Quelles opportunités voyez-vous pour la pâtisserie / chocolaterie de demain sur le web 3.0 ?

Dans la même démarche que pour le reste de mon travail, je suis très curieux de voir ce que nous serons capable de réaliser dans un avenir proche, particulièrement en réalité augmentée et à travers des expériences immersives. **La plus grande difficulté reste de transmettre une émotion gustative à travers les autres sens que sont l'odorat, l'ouïe, la vue et le toucher.** C'est excitant d'imaginer une expérience comme celle-ci, je serai le premier à vouloir participer en tant qu'acteur ou créateur.

Quelles sont vos dernières réalisations ?

La Maison de l'Excellence Savencia, Elle & Vire Professionnel et Valrhona m'ont aidé et soutenu dans la création d'une œuvre éphémère pour le salon du chocolat fin 2022.

Une cristalline chocolatée de 4 m de hauteur et de 4 m de circonférence qui représente **mon interprétation du schéma de cristallisation du beurre de cacao.** Cette structure en polystyrène a pu être réalisée grâce à **l'usinage numérique d'AMC 44** et peinte avec 200 kg de **chocolat recyclé**, initialement destiné à la destruction. Le prochain step, sera de vendre une œuvre comme celle-ci pour récolter des fonds et les reverser à des associations, qui œuvrent au quotidien pour aider les personnes en difficulté, en situation de handicap ou tout simplement dans le besoin.

Quels sont vos prochains projets ?

Je viens de sortir mon premier livre INSPIRATIONS aux éditions de la Martinière. Cet ouvrage raconte la beauté du processus de création à travers 10 histoires de collaboration dans les métiers d'artisanat d'art. C'est exactement ce que je veux faire de mon avenir professionnel, dans la création et la direction artistique !

"L'œuf vraiment parfait"

de Yannick Tranchant

Chef et propriétaire du restaurant L'escargot 1903 (Puteaux)
Ambassadeur Elle et Vire Professionnel

Une cuisson à 63° au four vapeur, la meilleure cuisson pour avoir le vrai goût de l'œuf fermier et l'utilisation d'un déshydratateur pour les tuiles en dentelles avec de la poudre fine d'épinards.
Proposé avec une crème de parmesan et citrons confits, pois chiches frais et échalotes frites.



scanner pour retrouver la recette

les ingrédients & goûts

57% des Australiens ont l'intention d'utiliser un service de livraison alimentaire au moins une fois par semaine (NPD)

Les desserts à emporter de plus en plus sophistiqués : en bocal, en pièces détachées avec le tuto pour les dresser à domicile. Les recettes doivent être adaptées (textures, décors et les emballages doivent aussi être pensés pour limiter les risques et les déchets.



415,2 millions d'interaction avec #TikTokFood (Visibrain)

TikTok le nouveau bureau de tendance alimentaire?

TikTok réunit des millions de conversations sur la nourriture. Les "butter boards" ou planches à beurre créent un sentiment de familiarité associé à un sentiment de nouveauté accessible. Les chefs recommandent d'utiliser du beurre salé et de haute qualité pour une meilleure saveur et plutôt sur une « planche » de pain que sur du bois...

3^{ème} boisson la plus consommée au monde, le café

Le café se ré-invente en version sans capsule

La "coffee ball" suisse (Coffee B) est une boule constituée de café compressé, sans emballage. Elle est simplement enrobée d'une très fine enveloppe 100 % végétale pour garantir sa stabilité et protéger ses arômes. Elle est conçue sans plastique ni aluminium et peut être compostée à domicile après utilisation.



la technique

LA FABRICATION ADDITIVE OU L'IMPRESSION 3D

75% des consommateurs seraient incités par la nouveauté pour essayer / manger des produits alimentaires imprimés en 3D. (étude Campden BRI 2019)

Les pâtisseries et les chocolatiers se sont emparés des premiers de la technologie en alimentaire pour personnaliser leurs décors et leurs moules.

Outre la forme du produit, la fabrication additive autorise la personnalisation de la texture et de la composition des aliments et le retraitement des sous-produits.

la vision

la maison de l'Excellence®



La technologie est permanente en cuisine ou en pâtisserie. Elle apporte un confort de travail aujourd'hui essentiel, notamment aux nouvelles générations. Elle ouvre de nouvelles opportunités de texture, de saveurs, de cuissons... Elle nous permet de gagner en précision. Elle doit se mettre au service du bien-être et du mieux tant pour la planète que pour les chefs et leurs équipes. Le problème n'est pas la technologie mais de savoir ce qu'on en fait.



“ Travailler son offre à emporter en réduisant son empreinte carbone avec des contenants (réellement) recyclables, des portions adaptées et des recettes qui garantissent une expérience qualitative à domicile. Ou refaire venir les gens au restaurant en proposant un service plus rapide ou une expérience inoubliable... ”

lieux inspirants

Los Angeles
 AMAURY GUICHON
 - 42 millions d'abonnés sur les réseaux sociaux
 - pourtant, le public n'a jamais goûté ses créations...
 - réalise lui-même ses vidéos de sculpture en chocolat ou de pâtisserie illusionniste
 - modèle économique d'influenceur
 + donne des cours dans son académie
 + boutique en ligne

thepastryacademy.com

Copenhague
 ALCHEMIST
 - Chef Rasmus Munk
 - Plats conceptuels et disruptifs
 - avec des messages de société très forts (pollution plastique)
 - pour avoir un impact sur la société
 - Expérience holistique immersive à travers la technologie et différents arts.

alchemist.dk

Singapour
 2AM DESSERTBAR
 - Bar à desserts
 - Recettes classiques, keto ou végétale
 - minimum de commande de 20\$/ convive sur place
 - réservation en ligne et pick up service, Grabfood
 - offre de desserts en bocaux et snacking

2amdessertbar.com

Londres
 ROSEWOOD ART AFTERNOON TEAS
 - Art afternoon tea expérientiel
 - Chef pâtissier exécutif : Mark Perkins
 - Utilisation de réalité augmentée pendant la dégustation
 - Collection de NFTeas

rosewoodhotels.com/en/london/dining/art-afternoon-tea

Inspirations



pour nourrir la réflexion...

FAUT-IL FAIRE EXISTER SA MARQUE DANS LE METAVERS POUR LA PROTÉGER ?

L'avènement du web 3.0 est toujours flou. Pour autant, faut-il y être pour occuper le terrain et commencer sa courbe d'apprentissage ? Le litige autour du "metabirkin" illustre les enjeux de propriété intellectuelle liées aux NFT et au metavers. Encore le far west mais avec de vrais filons d'or à découvrir ?





L'excellence au service des professionnels

NOS MISSIONS

ADAPTER UNE OFFRE À TOUS LES MÉTIERS DU FOOD SERVICE

Nous développons et commercialisons des offres produits destinées à la Boulangerie-Pâtisserie et la restauration commerciale.

ÊTRE AU PLUS PROCHE DES ATTENTES DES PROFESSIONNELS

Nous collaborons avec de nombreux professionnels qui apportent leur compétence de la conception jusqu'à la fabrication du produit final.

FOISONNER D'IDÉES POUR CRÉER DES NOUVEAUTÉS

Nos équipes sont en veille permanente afin d'identifier de nouveaux concepts et de nouvelles tendances. Grâce à notre savoir-faire et notre expertise du marché, nous développons des produits techniques, réguliers et adaptés aux usages de chaque famille de professionnels.

OFFRIR DES SERVICES DÉDIÉS POUR ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS

Avec l'aide de nos experts culinaires, nous développons des outils et des services pour vous accompagner au quotidien. Nos experts culinaires imaginent des recettes saisonnières et vous accueillent à La Maison de l'Excellence Savencia® pour des formations.



Retrouvez nos marques Elle & Vire Professionnel, Corman et Lescure sur nos sites internet et sur les réseaux sociaux



La Maison de l'Excellence®



La Maison de l'Excellence Savencia® transmet son expertise et ses valeurs d'écoute et de partage à travers le monde

Située à Viroflay, aux portes de Paris, La Maison de l'Excellence Savencia® est un lieu de partage et de transmission dédié aux professionnels français et internationaux de la restauration et de la Boulangerie-Pâtisserie, mais aussi un lieu de réflexion sur la cuisine et la pâtisserie de demain.

Nicolas Boussin, chef pâtissier MOF 2000 et Sébastien Faré, chef cuisinier étoilé, accueillent, tout au long de l'année à La Maison de l'Excellence Savencia®, des chefs, des boulangers et des pâtisseries pour des formations individuelles et collectives. Une équipe de 10 chefs sur le terrain dont Maxime Guérin en France accompagnent les professionnels dans le monde.

LES MISSIONS DES CHEFS



INSPIRER

au travers de collections de recettes et de carnets de tendances.



ACCOMPAGNER

les professionnels grâce à des conseils pratiques et techniques.



RÉFLÉCHIR

aux innovations de demain en collaboration avec les professionnels.



TRANSMETTRE

leur savoir-faire et leur expertise produit.



TENDANCES DE CHEFS 2023

la maison de l'Excellence®



SAVENCIA
FROMAGE & DAIRY

02