



Sainte Lucie dévoile au SIAL ses innovations au cœur des grandes tendances de consommation

Acteur incontournable des aides à la pâtisserie et des épices, Sainte Lucie poursuit sa dynamique d'innovation avec une série de lancements inspirés des grandes tendances de consommation. À l'occasion du prochain SIAL, la marque dévoilera plusieurs nouveautés majeures : premier nappage cacahuètes du marché, nouvelles pépites de chocolat au lait réduit en sucre, développement de l'offre autour des saveurs fumées et enrichissement de la gamme Mélanges du Monde. Autant d'innovations conçues pour répondre aux attentes de consommateurs en quête d'authenticité, de découvertes gustatives et de solutions toujours plus pratiques. Une nouvelle illustration de la capacité de Sainte Lucie à anticiper les tendances et à les rendre accessibles au plus grand nombre.

Le premier nappage cacahuètes du marché

Sainte Lucie enrichit son offre avec un nouveau **nappage cacahuètes**, une innovation exclusive qui illustre sa volonté de proposer des références différenciantes et accessibles. Avec près de 25 % de produits exclusifs dans son assortiment, la marque poursuit le développement de solutions gourmandes qui accompagnent les nouvelles habitudes de consommation et la montée en puissance du fait maison.

Jusqu'alors absente du marché des aides aux desserts sous ce format, la cacahuète fait son apparition grâce à Sainte Lucie. Cette nouveauté répond à l'engouement croissant des Français pour cette saveur incontournable, porté notamment par le succès du beurre de cacahuète, dont la consommation a été multipliée par trois en dix ans en France (source : 20 Minutes). Inspiré des tendances venues de la pâtisserie américaine, ce nappage permet de retrouver toute l'intensité de la cacahuète dans un format pratique et facile à utiliser.

Idéal pour accompagner crêpes, gâteaux, glaces ou encore cheesecakes, il s'intègre également parfaitement aux nouvelles recettes healthy qui séduisent les consommateurs, comme les açaï bowls, les smoothie bowls ou encore les pancakes protéinés. Avec ce lancement inédit sur le marché, Sainte Lucie confirme son rôle d'innovateur en proposant une solution à la fois tendance, gourmande et simple à adopter au quotidien.



Grammage : 160g
PMC : 3,97€

UN PRODUIT EXCLUSIF SUR LE MARCHÉ

Une offre chocolat qui continue de se réinventer

Leader du marché du chocolat à pâtisser, Sainte Lucie poursuit sa dynamique d'innovation en enrichissant son offre avec des références qui répondent aux nouvelles attentes. La marque a ainsi lancé des pépites **Choviva**, une alternative innovante au cacao élaborée à partir de graines de tournesol européennes. Pensée pour répondre aux enjeux actuels de la filière cacao, cette innovation associe gourmandise et responsabilité grâce à l'utilisation de matières premières locales et de circuits d'approvisionnement plus courts, contribuant ainsi à réduire son impact environnemental.

NOUVEAU



Date prévisionnelle de sortie : septembre 2026

Grammage : 100g

PMC : 3,30€

UN PRODUIT EXCLUSIF SUR LE MARCHÉ

Sainte Lucie accompagne l'évolution des habitudes de consommation avec le lancement de ses **pépites de chocolat au lait réduites en sucre**. Cette innovation permet aux amateurs de pâtisserie maison de préparer cookies, muffins et gâteaux tout en maîtrisant davantage leur consommation de sucre. Fidèle à sa mission de rendre la pâtisserie accessible à tous, la marque continue d'innover pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs. Pionnière sur ce segment avec le lancement des premières pépites de chocolat noir sans sucre, Sainte Lucie enrichit aujourd'hui son offre en conjuguant plaisir, simplicité d'utilisation et réponse aux enjeux nutritionnels contemporains.



Quand la tendance fumée s'invite dans les assiettes

Le **fumé** s'impose comme l'une des grandes signatures gustatives du moment. Les notes de braise, de feu de bois et de fumaison comptent parmi les tendances culinaires les plus en vue cette année. Un engouement qui se reflète dans les habitudes de consommation : 93 % des Français associent ces arômes à un véritable moment de plaisir (source : enquête CSA).

Pour permettre aux amateurs de cuisine de retrouver facilement chez eux toute la richesse aromatique du fumé, Sainte Lucie lance **quatre références inédites**. Cette collection apporte profondeur, intensité et caractère aux préparations maison.

La gamme se compose d'un **Paprika fumé d'Espagne**, d'un **Poivre fumé de Tellicherry**, d'un **Curry fumé**, ainsi que d'un **Mélange BBQ Grillade Fumée**.

Avec ces innovations, la marque enrichit son offre et confirme son expertise sur un marché en quête permanente de nouvelles expériences gustatives.

DES PRODUITS EXCLUSIFS SUR LE MARCHÉ

NOUVEAU



Date prévisionnelle de sortie : septembre 2026
Grammage : 77g
PMC : 3,45€

NOUVEAU



Date prévisionnelle de sortie : septembre 2026
Grammage : 38g
PMC : 2,45€

NOUVEAU



Date prévisionnelle de sortie : septembre 2026
Grammage : 47g
PMC : 6,47€

NOUVEAU



Date prévisionnelle de sortie : septembre 2026
Grammage : 42g
PMC : 2,99€

*Visuels non contractuels

Voyager sans quitter sa cuisine

La cuisine du monde séduit toujours davantage les Français, en quête de nouvelles expériences gustatives. Selon une étude Les Échos publiée en mars 2025, 29 % des Français consomment une cuisine du monde au moins une fois par semaine et 42 % achètent ces produits en grande distribution. Une tendance qui reflète un intérêt croissant pour les saveurs venues d'ailleurs.

Sainte Lucie enrichit sa collection de mélanges du monde avec trois nouvelles recettes prêtes à l'emploi : Mélange Wok, Mélange Créole et Mélange New-Yorkais. Pensées pour faciliter l'évasion culinaire au quotidien, ces nouveautés permettent d'explorer des univers emblématiques sans complexifier la préparation des repas.

Avec ces trois références, Sainte Lucie poursuit sa volonté de démocratiser les cuisines du monde :

- **Créole**, pour un voyage immédiat vers les Antilles. Il apporte couleur et caractère
- **New York**, inspiré des saveurs emblématiques de la street food américaine
- **Wok**, pensé pour les recettes asiatiques rapides et savoureuses, associant épices et aromates soigneusement sélectionnés

Une manière simple de faire voyager les papilles sans complexifier la cuisine.



Grammage : 40g
PMC : 2,69€

Grammage : 51g
PMC : 2,77€

Grammage : 40g
PMC : 2,65€



Grammage : 37g
PMC : 2,77€

Grammage : 42g
PMC : 2,49€

Grammage : 46g
PMC : 2,37€



Grammage : 46g
PMC : 2,49€

Grammage : 37g
PMC : 2,97€

Grammage : 30g
PMC : 2,25€

Grammage : 45g
PMC : 2,37€

Grammage : 43g
PMC : 2,49€

Grammage : 37g
PMC : 1,97€

Grammage : 55g
PMC : 2,49€

À propos de Sainte Lucie :

Fondée en 1885, Sainte Lucie est une entreprise familiale française, acteur majeur du marché des épices et des aides aux desserts. Présente aussi bien en grande consommation qu'auprès des professionnels de l'hôtellerie-restauration, la marque s'appuie sur plus de 140 ans de savoir-faire et d'exigence qualité. Sainte Lucie propose aujourd'hui une large gamme de produits à travers ses marques complémentaires: Sainte Lucie, Sainte Lucie Excellence et La Maison du Thé. Labellisée PME+ pour ses pratiques responsables, certifiée IFS Food sur ses sites de production pour garantir la sécurité alimentaire, et engagée dans le développement de l'Agriculture Biologique, Sainte Lucie incarne une vision durable, éthique et exigeante. Implantée dans l'Oise, Sainte Lucie sélectionne des ingrédients rigoureusement sourcés, conçoit et fabrique localement, et innove au service d'une démarche durable fondée sur la qualité, la transparence et le respect des filières.

Contacts presse : Service communication

servicecommunication@saintelucie1885.fr - 07 43 63 57 62

