





Mariette

Mariette : la nouvelle génération de boulangerie alliant tradition et modernité

1. L'histoire de Mariette **P 4-6**
2. Une offre de produits innovante et gourmande **P 7-10**
3. Un concept unique de boutiques : convivialité et modernité **P 12-13**
4. Une implantation en périphérie **P 14**
5. Mariette en chiffres **P 15**
6. Cap sur les perspectives 2025 de Mariette **P 16**

Le groupe BC-CAP

1. Quand Boris Calle raconte BC-CAP **P 19**
2. Trois métiers en un même groupe **P 20**
3. Des valeurs et engagements forts **P 21**
4. Cap sur les perspectives globales du groupe **P 22**
5. BC-CAP en chiffres **P 23**

- Contact presse** **P 24**



Mariette,
la nouvelle génération de boulangerie
sans les contraintes du métier de boulanger

Né à Rennes, Boris Calle est un ancien cavalier professionnel ayant concouru au niveau national et international pendant 10 ans. En 2005, il cède son écurie de 40 chevaux mais conserve son esprit compétitif et sa rigueur, imposés par le sport équestre. **Il voyage, découvre l'art du pain et se prend de passion pour le métier de boulanger.**

Il ouvre sa première boutique – Augustin – en 2007 à Cesson-Sévigné (35). Il crée alors son propre concept, du pain au levain vendu au poids avec un positionnement moyen/haut de gamme. **Le succès est au rendez-vous : 7 points de vente en 2015.**

Boris Calle veut aller plus loin dans la définition de ce concept et développer son réseau d'enseignes. En collaboration avec le leader mondial du secteur, **il conçoit pendant 4 ans un outil industriel sur-mesure : Aug'Unit.** Dédié à la panification, il permettra la livraison en pâtons crus des boutiques au quotidien. En complément, un atelier de fabrication semi-industriel élabore une gamme de pâtisseries. Ainsi, c'est une mise en œuvre innovante, simple et efficace qui est proposée en boutique pour un résultat identique à la méthode artisanale.

En 2016, le développement du réseau impose un agrandissement. **L'outil de production est transféré sur Châteaugiron (35).** Le site atteint aujourd'hui une surface de 6 500m².

En 2019, le réseau ne compte pas moins de 14 boutiques, dont 2 en franchise. Les premiers contrats B2B sont signés avec des distributeurs nationaux de l'agroalimentaire, de la restauration et de la grande distribution. La structure devient un véritable acteur sur le marché.



L'année 2020 marque la création du groupe BC-CAP. Puis, avec l'appui d'un fond d'investissement (Naxicap), les réseaux New Bakery, Saint Honoré et Moulin de Païou sont rachetés en 2021. Avec ces acquisitions, le groupe s'implante en Rhône-Alpes, dans le Puy-de-Dôme et le Haut-Rhin. **L'histoire de Mariette débute cette même année, avec l'ouverture d'une première boutique à Aubière (63).** L'objectif est de séduire une nouvelle cible avec une enseigne plus moderne, complémentaire à Augustin.

En 2024, Mariette compte 24 boutiques en France, ouvertes principalement dans l'Est et le Sud de la France. **Une dizaine de nouvelles ouvertures sont prévues d'ici fin 2025.**



Mais d'où vient ce nom Mariette ?

Mariette, pour **modernité, simplicité et visibilité**. Représentée par une jeune femme moderne à bicyclette, transportant fièrement sa baguette de pain dans son panier, l'enseigne vise ici une **clientèle familiale en périphérie des grandes agglomérations**. Son nom, inscrit sur une façade bleue ou blanche, se doit d'être parfaitement visible et reconnaissable. **Car le fondateur s'est fait une promesse, celle de savoir exactement où l'on achète son pain.**

Mariette
Salade libanaise
Salade quinoa, feta, menthe, tomates, pois chiches, menthe, tomates, feta, menthe, salades
La part

Mariette

pains & pâtisseries

Mariette préserve toute la qualité du savoir-faire artisanal et y apporte une touche de modernité. Cette approche se reflète dans ses créations : pains, sandwiches, salades, cuisinés « boulanger », pâtisserie fine. L'enseigne se distingue par sa gamme variée, ses produits vendus principalement à l'unité, ses offres promotionnelles et son fameux 3=4 proposés tout au long de l'année.

Mariette, ce sont **110 recettes de Boulangerie-Viennoiserie-Pâtisserie (BVP) toute l'année dont 30 pains, spéciaux et traditionnels, 20 viennoiseries, 40 pâtisseries boulangères et 10 pâtisseries fines.** Les ingrédients sont soigneusement sélectionnés et proviennent de **productions locales**. Des produits de qualité sont ainsi conçus, plusieurs pains sont d'ailleurs certifiés **Label Rouge**.

L'enseigne propose également une offre de **snacking**, pour savourer son déjeuner pris sur le pouce : des sandwiches constitués à base de 20 pains, 24 recettes salées telles que des tacos, burgers, pizzas et 6 recettes de salades différentes.

Mariette propose un modèle qui répond aux attentes des consommateurs en offrant la **possibilité de se restaurer à chaque moment de la journée** : du petit-déjeuner au goûter (boissons chaudes, froides, pâtisseries) en passant évidemment par le déjeuner avec une offre de quatre formules différentes. En rentrant du travail ou simplement en balade, il est possible d'y trouver son bonheur pour une soirée gourmande avec une gamme traiteur et salée. **Du pain chaud est disponible à toute heure de la journée, de 7h à 21h.**

Cinq produits phares vendus en boutique Mariette, à suivre...

Tradition <3
Modernité <3
Produits locaux <3

PAINS

VIENNOISERIES

GAMME AMÉRICAINE

Mariette

3=4

1 PRODUIT OFFERT*
pour 3 achetés

*identique

**OUVERT
7J/7**



Baguette Mariette Label Rouge

L'excellence de la tradition, le goût de l'engagement.

La Baguette Mariette Label Rouge incarne le savoir-faire artisanal et l'engagement pour une qualité supérieure, certifiée par le Label Rouge. Sa recette est élaborée avec des ingrédients rigoureusement sélectionnés pour offrir une baguette authentique, à la croûte dorée et croustillante, et à la mie alvéolée, légère et savoureuse.

Ingrédients : farine de blé CRC® T65 Label Rouge et de blé malté, levain liquide naturel.

Céréales cultivées selon le cahier des charges CRC® (Culture Raisonnée Contrôlée) : traçabilité garantie du champ à la baguette. **Label Rouge :** gage de qualité supérieure et de respect des traditions boulangères. **Levain naturel :** pour un goût authentique et une conservation optimale. **Savoir-faire artisanal :** façonnée et cuite chaque jour tout au long de la journée pour une fraîcheur incomparable

Résultat en bouche ?

Une baguette à la croûte fine et croustillante, une mie légèrement acidulée grâce au levain, des arômes de blé sublimés par la farine maltée, et une texture moelleuse à souhait.

Baguette Mariette Label Rouge : la tradition à chaque bouchée.



Sandwich-plaisir-ciabatta New-Yorkais

Une explosion de saveurs inspirée des rues animées de New York. Un sandwich généreux, alliant textures et goûts intenses pour un plaisir garanti à chaque bouchée.

Une base irrésistible : le pain ciabatta. Un pain artisanal à la mie moelleuse et à la croûte légèrement dorée, offrant un parfait équilibre entre croustillant et tendreté. Sa texture aérée absorbe délicatement les sauces sans se détremper, pour un sandwich savoureux du début à la fin.

Ingrédients. **Un steak de bœuf** coupé en deux dans la longueur pour une répartition homogène et des **tomates tranchées** qui apportent légèreté et texture. Elles équilibrent la richesse des sauces et du bœuf avec leur acidité naturelle, **cheddar affiné**, **sauce barbecue**.



Tartelette tout-chocolat

Un concentré de gourmandise pour les amoureux du cacao !

Une création irrésistible où chaque bouchée est une explosion de saveurs et de textures.

Cœur Fondant de Ganache au Chocolat Noir : une ganache onctueuse, riche et veloutée, élaborée avec un chocolat noir intense et une crème délicatement fouettée, pour une profondeur cacaotée qui fait frissonner les papilles. **Pâte Sablée Ultra-Croquante** : une base dorée, friable à souhait, mêlant beurre frais, poudre d'amande et une pointe de fleur de sel... un équilibre parfait entre douceur beurrée et légère touche salée pour sublimer le chocolat. **Nuage de Ganache Montée au Chocolat au Lait** : douce, aérienne et fondante, cette ganache montée au chocolat au lait vient adoucir l'intensité du chocolat noir avec ses notes lactées et vanillées, pour un contraste fondant et réconfortant. **Glaçage Miroir Brillant** : un voile gourmand, lisse et éclatant, qui fait scintiller la tartelette tout en ajoutant une texture légèrement fondante dès la première bouchée.

Un jeu de textures entre le croquant de la pâte, le fondant des ganaches, et la brillance gourmande du glaçage pour un pur moment de plaisir chocolaté.

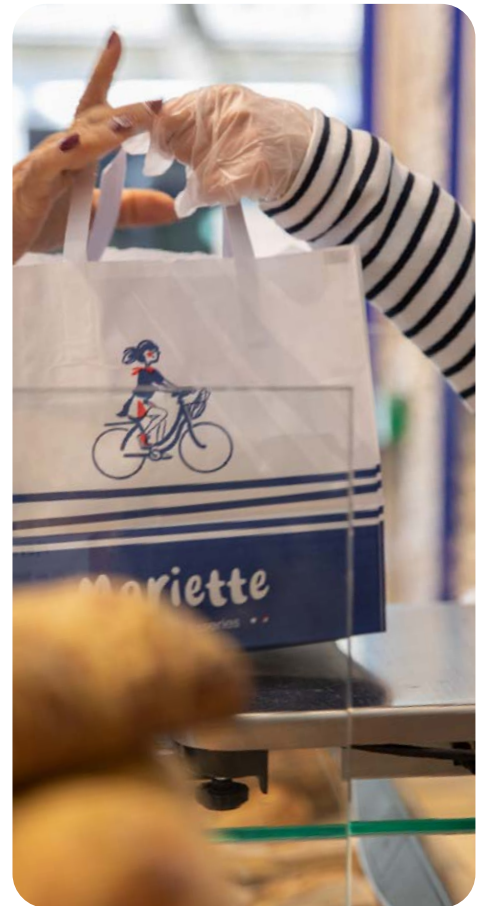




Et le levain du pain ?

Chez Mariette, le pain est élaboré avec un **levain à l'ancienne, 100% naturel**, qui résulte d'une fermentation artisanale de farine et d'eau. Ce levain, véritable matière vivante, est composé de levures « sauvages » et de bactéries lactiques, naturellement présentes dans la farine et l'air ambiant, ce qui rend chaque levain unique. **Grâce à cette fermentation naturelle, le pain devient plus digeste**, car les micro-organismes initient un processus d'acidification qui favorise la digestion, tout en dégradant partiellement le gluten et l'acide phytique, éléments qui peuvent entraver l'assimilation des minéraux. En résulte un pain au goût et à la texture inimitables : très aromatique, légèrement acidulé, avec une croûte croustillante et une mie tendre. Le levain contribue aussi à diminuer l'index glycémique du pain en s'attaquant à l'amidon. Ses propriétés hydratantes permettent de conserver la mie plus longtemps, tout en améliorant la durée de conservation grâce à l'acidité qu'il génère.

Mariette fait la part belle à la **convivialité**. Modernes et optimisées, **les boutiques sont pensées pour gagner en fluidité et en efficacité**. Elles sont faciles à distinguer par leurs **murs bleus et blancs**, en extérieur comme en intérieur. Les présentoirs viennent sublimer les produits, délicatement disposés et parfaitement organisés. Les clients viennent chez Mariette pour son esprit de famille et sa simplicité.

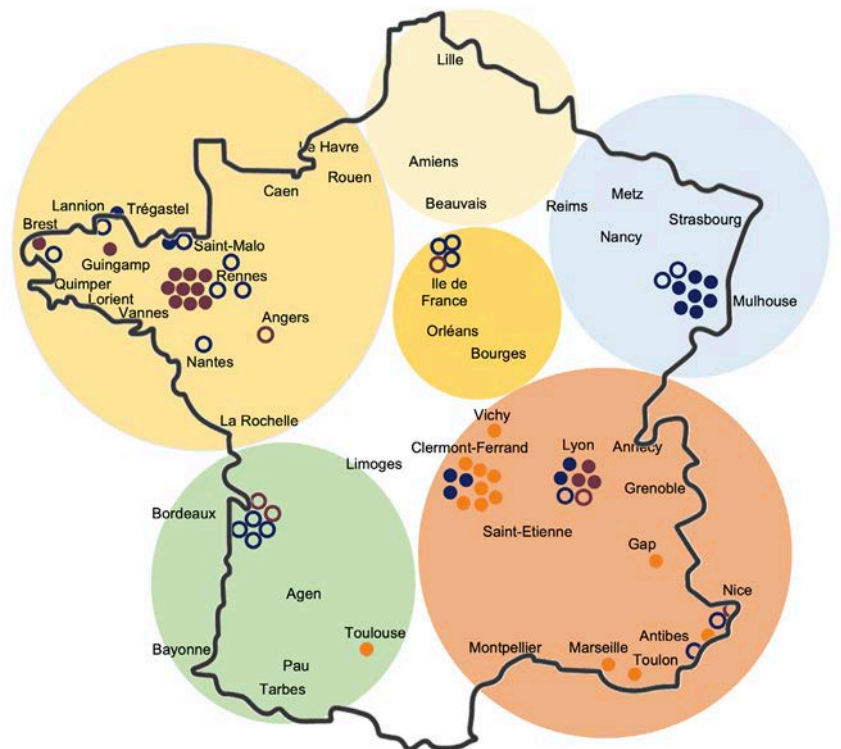


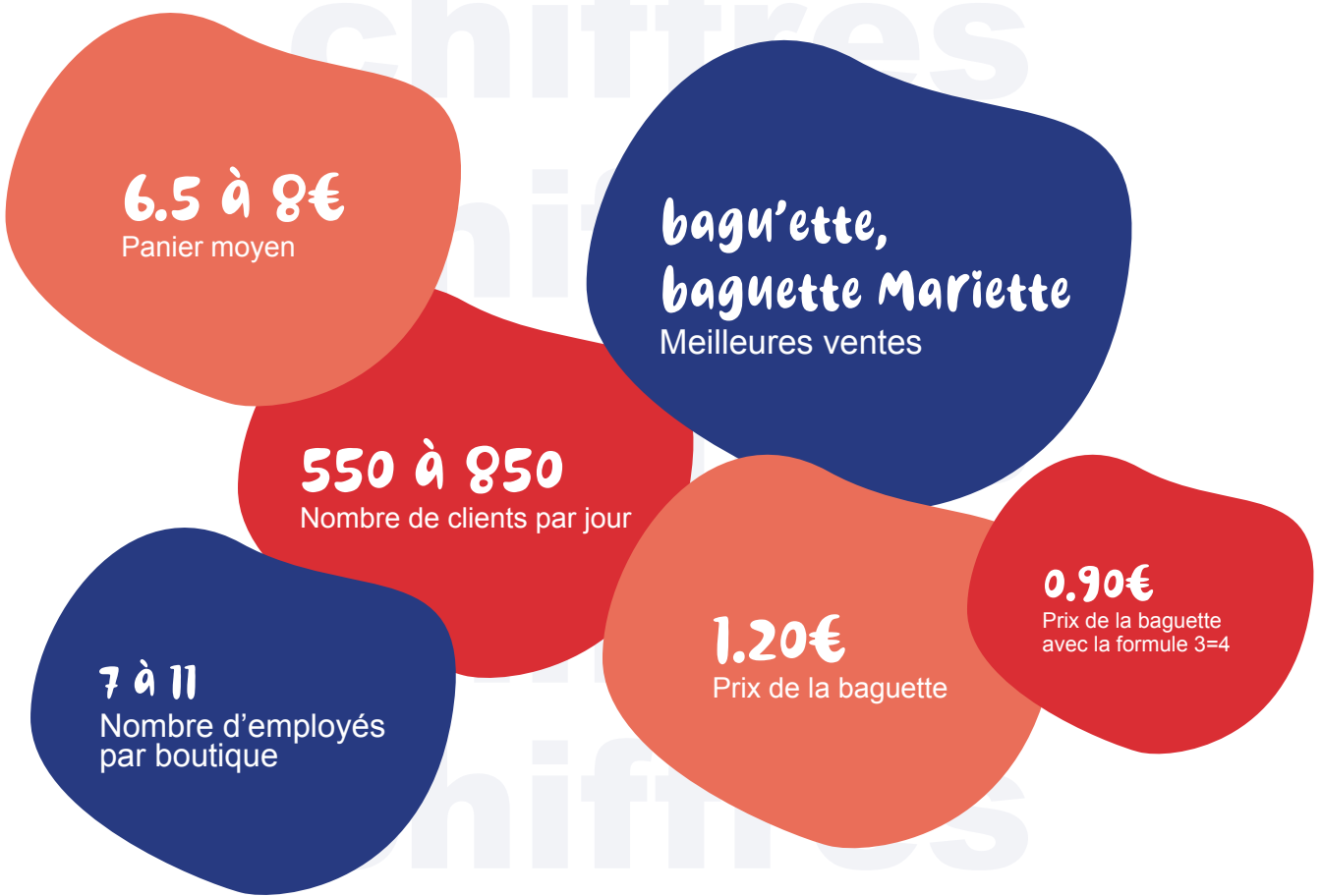
Une enseigne innovante
en phase avec les attentes
de ses consommateurs.



Mariette s'implante principalement en périphérie et en entrée de ville aujourd'hui, dans le Nord et le Sud-Est, en Bretagne et en Ile-de-France. Cette stratégie d'emplacement est complémentaire avec celle d'Augustin. En choisissant les couronnes des grandes villes pour s'installer, Mariette permet d'**élargir le maillage territorial du groupe BC-CAP** et ainsi, **de répondre aux besoins des familles et actifs vivant hors des centres-villes.**

Les **150 m² de surface moyenne**, permettent à chaque boutique Mariette, d'accueillir une clientèle familiale, à la recherche de produits qualitatifs et abordables, délivrés avec une touche de créativité.





Mariette continue de se positionner comme **une enseigne innovante en phase avec les attentes de ses consommateurs**, particulièrement dans les zones périurbaines.

Fidèle à ses valeurs de qualité, de générosité et d'accessibilité, Mariette élargit son offre en intégrant une gamme de snacking plus familiale. Cette nouvelle offre inclut des produits tels que des muffins, des donuts pâtisseries, ainsi que des pizzas et tacos, répondant à une demande croissante pour des repas pratiques et gourmands. En plus de cette diversification de l'offre, l'enseigne propose des **promotions attractives comme la célèbre formule «3=4»**, conçue pour capter l'attention des consommateurs en quête de bons plans et renforcer la fidélité des clients.

Cette flexibilité, associée à des produits de qualité, permet à Mariette de s'imposer comme une enseigne de proximité, à l'écoute des besoins locaux, tout en s'adaptant aux nouvelles habitudes de consommation.

En 2024, Mariette a inauguré 2 nouvelles boutiques en Alsace en propre et 3 en franchise à Trégastel, à Saint-Malo et une autre à Lannion. Le réseau devrait atteindre 30 boutiques d'ici la fin 2025, marquant une étape importante dans l'expansion nationale de la marque. Mariette ambitionne de poursuivre cette croissance tout en maintenant son ADN : **qualité, convivialité, et proximité avec ses clients.**





UPE BC-CAP LE GROUPE
E GROUPE BC-CAP LE G

A man in a blue suit and white shirt is sitting in a black leather chair, smiling. The room has patterned wallpaper, a red carpet, and windows with blue frames. A potted plant is visible on the left. The text 'ÉDITO' is repeated across the bottom of the image.

ÉDITO ÉDITO ÉDITO ÉDITO É
ÉDITO ÉDITO ÉDITO ÉDITO

« Le marché de la boulangerie-pâtisserie est le premier commerce de détail en France avec chaque jour, 12 millions de consommateurs qui poussent la porte de l'une d'elles. La boulangerie-pâtisserie fait pleinement partie de notre culture et reste le deuxième lieu d'achat des produits à manger sur le pouce, après les grandes surfaces. À travers ses deux enseignes complémentaires aux stratégies différentes, Augustin et Mariette, le groupe BC-CAP vient réinventer cette culture tout en conservant qualité et exigence.

D'une part, nous avons Augustin, notre marque historique avec laquelle nous visons une clientèle urbaine en quête du « beau produit » de qualité. Nous préservons tradition et savoir-faire. D'autre part, nous avons développé Mariette, afin de proposer une offre plus accessible à une clientèle périurbaine. Cette combinaison fait la force de notre groupe. Pour maintenir une dynamique sur ce marché en pleine croissance, nous portons une attention particulière à l'innovation. Notre outil industriel Aug'Unit est pour cela un véritable atout. Il nous permet de produire notre propre gamme de pains et pâtisseries, et ainsi, de contrôler leur finalité.

Nous gardons le CAP et poursuivons notre maillage sur le territoire, en succursales et en franchises. Ces dernières se multiplient, notre expertise est reconnue. Nous n'en oublions pas notre passion, celle d'une fabrication traditionnelle à base d'eau, de farine, de levain et de sel. À celle-ci, s'ajoute une dose de patience et de persévérance. C'est la belle histoire de BC-CAP... »

**Boris Calle,
Fondateur et Président du groupe BC-CAP,
enseignes Augustin et Mariette.**

BC-CAP comme producteur. Le groupe produit l'intégralité des gammes de pains et de pâtisseries de ses enseignes Augustin et Mariette. Aug'Unit, son atelier de fabrication de 6 500 m² est au service de la panification et de la pâtisserie. Équipé des dernières technologies, il assure qualité, flexibilité et personnalisation pour répondre aux besoins des 2 enseignes du groupe. Sans équivalent sur le marché français, l'atelier et ses équipements permettent tout d'abord de reproduire les gestes du boulanger-artisan. Une technologie entre tradition et automatisation permet de produire, par exemple, 1,2 tonne de pâte crue-surgelée à l'heure.

Concernant les pâtisseries boulangères et fines, c'est également le savoir-faire artisanal qui est élevé à une production industrielle avec des ateliers semi-automatisés et une finition des desserts à la main pour une qualité irréprochable.

BC-CAP comme spécialiste du retail. En plus de produire pour ses enseignes, le groupe fabrique pour la grande distribution, l'hôtellerie, la restauration, secteurs qui se voient offrir des solutions dédiées : des produits en marque blanche, des recettes sur mesure ou encore un accompagnement événementiel. Cette forte valeur ajoutée est appréciée par ces clients qui peuvent ainsi obtenir des produits sur-mesure.

BC-CAP comme franchiseur. Le groupe compte également deux réseaux de franchises proposant la gestion d'une boulangerie sans les contraintes du métier. Qu'il s'agisse de la recherche d'emplacement, de l'étude de faisabilité, des formations adaptées ou d'aide dans les démarches administratives, tout est mis en œuvre afin de renforcer les chances de réussite à long terme des candidats. De l'amont à l'aval, BC-CAP assure une maîtrise complète de la chaîne de valeurs : qualité des produits homogène, sécurité alimentaire, traçabilité, gestion des stocks et des pertes.

Le savoir-faire unique et l'expertise marché sont les points forts et différenciants du réseau. Le groupe est en capacité de s'adapter, d'innover, de donner les moyens de répondre aux besoins en constante évolution du marché. Le modèle de franchise d'Augustin et Mariette se veut ainsi rassurant et sécurisant.



BC-CAP accorde une grande importance au respect de la tradition à la française avec un savoir-faire sans cesse renouvelé et réinventé à base de quatre ingrédients universels que sont l'eau, la farine (100% françaises), le levain (100% naturel) et le sel.

BC-CAP s'engage pour la réduction de l'empreinte écologique en favorisant l'utilisation du **sac à pain en tissu** et en portant une attention constante sur la réduction des emballages. **Le groupe adhère à l'Adelphe**, acteur clé de la décarbonation en France et verse une éco-contribution participant à son bon fonctionnement. Dans cette même logique de préservation de l'environnement, des **offres anti gaspi** sont proposées en fin de journée dans les enseignes.

Bien-être, confort, sécurité et parité. BC-CAP porte une attention particulière au bien-être de ses collaborateurs en proposant diverses formes d'emploi, du CDI pour les employés travaillant en boutique au contrat étudiant, et en maintenant une parité à tous les postes. **Des formations adaptées à chaque profil sont proposées** afin d'exploiter le potentiel de chacun. Le groupe collabore avec la Caisse d'Assurance Retraite et de la Santé Au Travail (CARSAT) pour développer les conditions et maintenir un confort de travail : postures et ergonomie des postes.

Le groupe fait particulièrement attention à la **provenance de ses ingrédients**, dans une démarche sociale et de qualitative. Il travaille en étroite collaboration avec la **Minoterie Suire, leader et acteur historique de la filière Bio depuis 1979**. Le lait provient du **Groupement Agricole d'Exploitation en Commun (GAEC)** de Saint-Germain-sur-Ille, les œufs sont pondus à la **ferme du Coglais** à Saint-Brice-en-Coglès et les pommes nécessaires à la conception de pâtisseries sont cueillies au **Vergers de L'Eclosail** à Nouvoitou. Les autres fruits et légumes sont issus d'un partenariat avec Vivalya, coopérative de grossistes alimentaires de proximité. Les imprimeurs sont choisis pour leur proximité géographique afin de diminuer les émissions de CO₂ et pour leur engagement environnemental : **adhérent à Imprim'Vert**, utilisation d'encre végétale et de papiers recyclés et certifiés.



Le groupe BC-CAP, à travers les enseignes Augustin et Mariette, s'engage dans une **expansion ambitieuse, alliant expertise, proximité, innovation** et entend **marquer durablement le paysage de la boulangerie-pâtisserie en France**, en s'adaptant aux nouvelles tendances et en offrant une expérience client enrichie. **Cette dynamique repose sur une forte collaboration avec des entrepreneurs locaux**, renforçant ainsi la réactivité du groupe face aux évolutions du marché.

L'année 2024 s'est avérée comme charnière pour le réseau, qui entend continuer son développement en 2025 en succursales et franchises sur l'ensemble du territoire, avec **un maillage territorial qui ne cesse de se densifier**.

D'ici fin 2025, Augustin et Mariette visent un réseau de 60 boutiques, en concentrant leur développement sur des régions clés telles que l'Ouest, le Sud-Est et le Sud-Ouest de la France. Cette stratégie s'appuie sur l'expertise solide acquise en Bretagne, Rhône-Alpes et Alsace, tout en ouvrant de nouvelles opportunités attractives pour les franchisés sur ces territoires stratégiques



1

site de production

29

boutiques Augustin
(en 2024)

24

boutiques Mariette
(en 2024)

19

fournisseurs locaux


35

millions d'€ de CA
en 2024

3

millions d'€
d'investissement
d'ici 2026





Agence Arène - Charlotte Cloarec
charlotte.cloarec@agence-arene.fr
06 40 65 04 01

Le groupe BC-CAP adhère à la FEB et à la FFF

