



DOSSIER DE PRESSE 2025

AUGUSTIN : L'ART DU PAIN EN CENTRE-VILLE

1.	L'HISTOIRE D'AUGUSTIN	PAGE 4-6
2.	UNE OFFRE DE PRODUITS PREMIUM ET GOURMANDE	PAGES 7-10
3.	UN CONCEPT UNIQUE DE BOUTIQUES : UNE EXPÉRIENCE CLIENT IMMERSIVE	PAGE 12
4.	UNE IMPLANTATION PROCHE DES URBAINS	PAGE 13
5.	AUGUSTIN EN CHIFFRES	PAGE 14
6.	CAP SUR LES PERSPECTIVES 2025 D'AUGUSTIN	PAGE 16

LE GROUPE BC-CAP

1.	QUAND BORIS CALLE RACONTE BC-CAP	PAGE 19
2.	TROIS MÉTIERS EN UN MÊME GROUPE	PAGE 20
3.	DES VALEURS ET ENGAGEMENTS FORTS	PAGE 21
4.	CAP SUR LES PERSPECTIVES GLOBALES DU GROUPE	PAGE 22
5.	BC-CAP EN CHIFFRES	PAGE 23

CONTACT PRESSE	PAGE 24
-----------------------	----------------





*Augustin,
l'art du pain*

Augustin révolutionne la boulangerie-pâtisserie en offrant à une clientèle urbaine exigeante une expérience gourmande unique, mêlant tradition et modernité.

Né à Rennes, **Boris Calle est un ancien cavalier professionnel ayant concouru au national et à l'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 et les huit années qui suivent cette ouverture, sont consacrées à la consolidation de la stratégie de marque et au lancement de livraisons quotidiennes de pâtons crus en boutique.

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 pâte fraîche 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 à Châteaugiron (35).** Il atteint aujourd'hui une surface de 6 500m².

Les années 2015 à 2018 sont marquées par l'industrialisation et le développement du maillage régional à travers un **modèle de franchise.**

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. Une nouvelle stratégie sera menée cette même année afin de mixer les axes de développement et étendre le maillage territorial du groupe : une nouvelle marque, Mariette, va être lancée.

En 2024, Augustin compte 29 boutiques en France, ouvertes principalement dans l'Ouest et dans la région lyonnaise. Une dizaine de nouveaux points de vente sont prévus d'ici à 2025.



Mais d'où vient ce nom Augustin ?

Le nom **Augustin** n'a pas été choisi au hasard. Il trouve son origine dans le **prénom du fils de Boris Calle**, fondateur du groupe BC-CAP. Une décision à la fois personnelle et stratégique, car Augustin rime avec « pain », évoquant ainsi la raison d'être de l'enseigne. **Une consonance pleine de sens et d'élégance, facile à retenir.**



Augustin propose une expérience unique de la boulangerie, en alliant subtilement **tradition et modernité** dans ses créations : pains, sandwiches, salades, cuisinés « boulanger », burgers, pâtisserie fine. L'enseigne se distingue ainsi par une **offre généraliste et diversifiée, s'adaptant aux besoins des consommateurs modernes en quête de qualité et de variété.**

Augustin, ce sont **110 recettes** de Boulangerie-Viennoiserie-Pâtisserie (BVP) toute l'année.

Cinquante d'entre-elles sont dédiées à la boulangerie, dont 2/3 concernent des pains spéciaux à forte marge. **Vendus au poids, le client peut ainsi acheter la quantité exacte qu'il souhaite. Cette offre personnalisée, unique sur le marché, vient répondre à une demande croissante de transparence et de flexibilité des consommateurs.** Vingt sont des viennoiseries et 40 des pâtisseries boulangères. Dix sont des pâtisseries fines, élaborées avec des ingrédients de haute qualité, tels que des chocolats fins et des fruits de saison. Chaque création, des entremets aux tartelettes, allie savoir-faire artisanal et esthétique, offrant une expérience

gustative unique.

L'enseigne propose également **une offre de snacking** : sandwiches originaux et généreux issus principalement de pains spéciaux. Des salades, une gamme de cuisinés « boulanger » tels que des tartines, quiches, gratins, soupes viennent compléter l'offre. Cela représente 30 références à base de 20 pains spéciaux et classiques, 24 recettes salées, 6 recettes de salades. Une gamme de Rolls haut de gamme est également proposée. Inspirée des classiques de la boulangerie française, cette gamme revisitée séduit une clientèle exigeante.

Augustin propose un modèle qui répond aux attentes des consommateurs : une amplitude horaire importante avec une ouverture des enseignes 7j/7 de 7h à 21h, une offre de pain chaud à toute heure et une possibilité de se restaurer à chaque moment de la journée : formule petit-déjeuner, offre du midi, goûter, apéritif.

Trois produits phares vendus en boutique Augustin, à suivre...



Pain meule

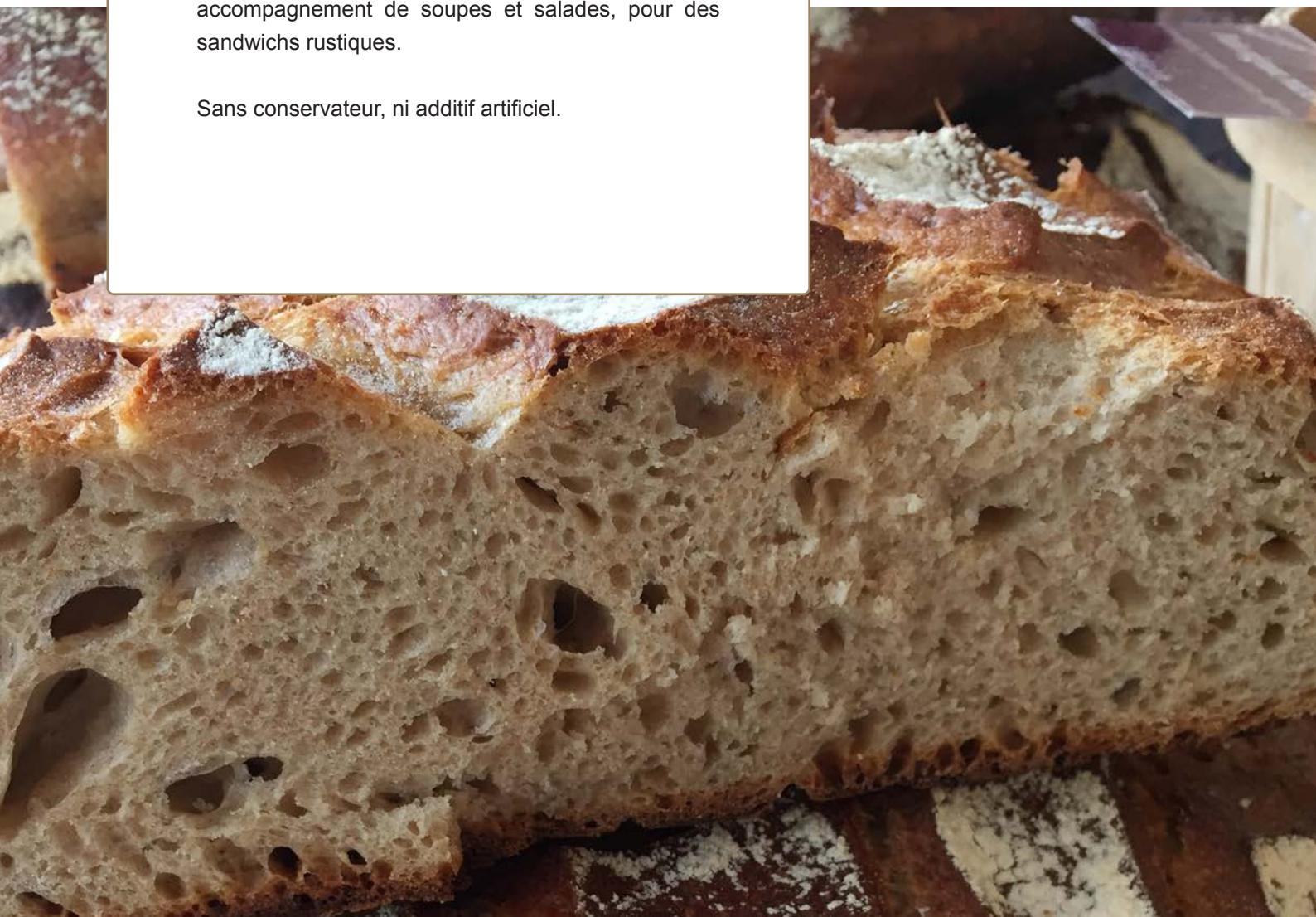
Farines (de qualité CRC® garantissant un produit de haute traçabilité) de blé T80 CRC®, T150 et de seigle T170, levain 100% naturel, mélange de graines (tournesol, sarrasin, lin brun, lin jaune) et **graines de sésame**.

Texture dense et moelleuse, saveur authentique, légèrement acidulée grâce au levain, avec une touche de graines, coloration dorée.

Elle se conserve dans un endroit frais et sec et garde ses qualités gustatives pendant 2 à 3 jours, voire plus si le pain est bien emballé.

Idéal pour les repas traditionnels, le tartinage, en accompagnement de soupes et salades, pour des sandwichs rustiques.

Sans conservateur, ni additif artificiel.



Sandwich vegan

Un sandwich coloré et savoureux de 400 g environ, alliant pain au curcuma et graines de lin, garnitures végétales riches en goût et une vinaigrette de soja pour une expérience équilibrée et gourmande.

Une composition variée et saine : pain au curcuma agrémenté de graines de lin, offrant une texture moelleuse et une saveur légèrement épicée, tapenade de poivron onctueuse et légèrement sucrée pour relever les saveurs, graines de tournesol pour apporter croquant et nutriments, émietté végétal (protéines végétales riches et savoureuses), association de légumes variés (carottes râpées, chou rouge, ou autres selon la saisonnalité) pour une touche croquante, tomate, roquette, vinaigrette de soja.



Merveilleux

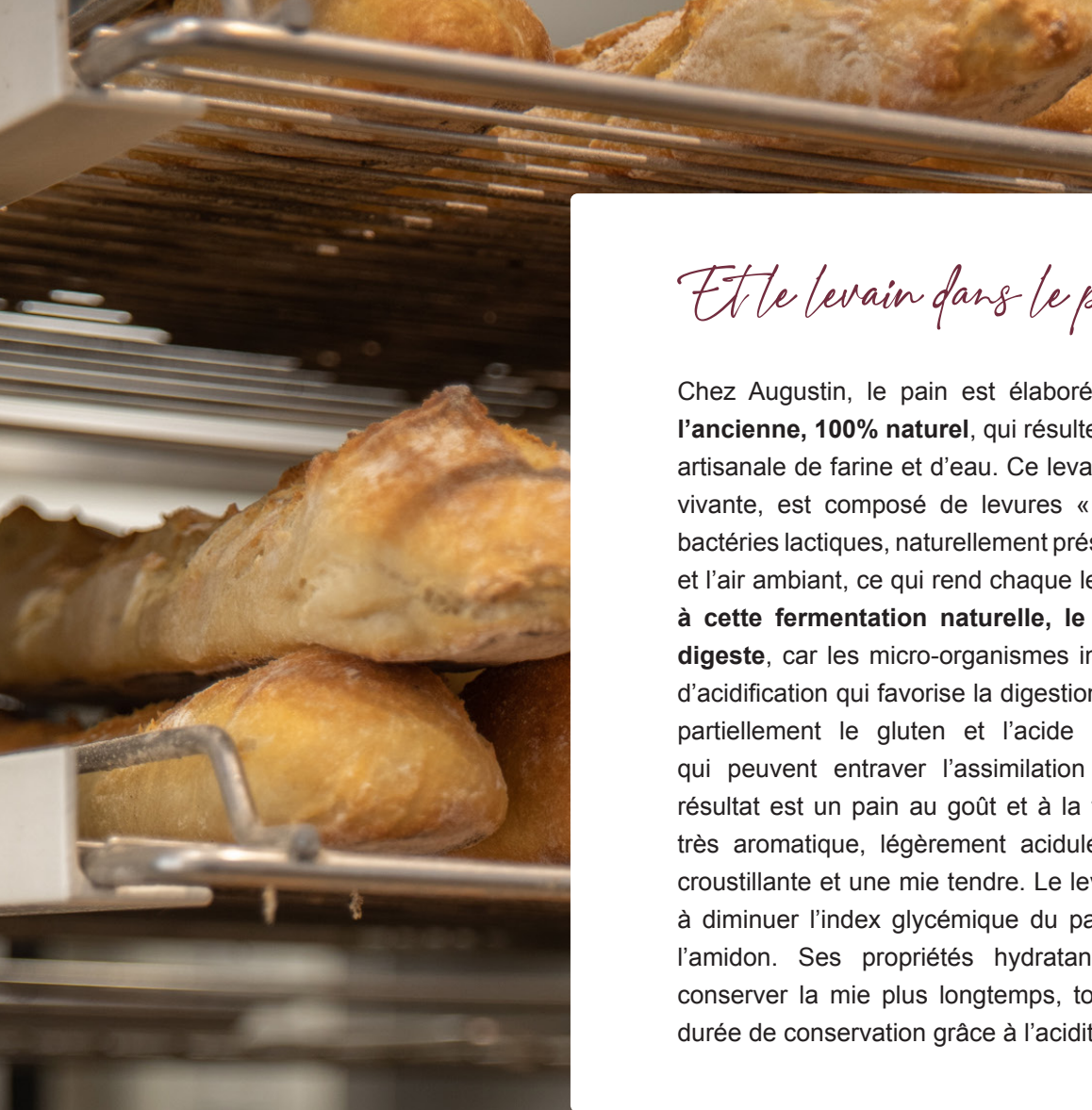
Les merveilleux au chocolat et les merveilleux praliné.

Les merveilleux au chocolat noir intense et merveilleux praliné sont soigneusement élaborés pour éveiller les papilles. Chaque bouchée dévoile une richesse de saveurs, entre la douceur d'une mousse crémeuse et la profondeur du chocolat noir ou des éclats de praliné croquants et un subtil parfum de vanille.

Idéals pour une pause gourmande, un dessert raffiné ou une idée cadeau sucrée, les merveilleux au chocolat et les merveilleux praliné sont les choix parfaits pour satisfaire les envies des plus gourmandes. C'est une expérience de dégustation à la fois réconfortante et audacieuse.

Un produit de qualité, pour des moments de pur bonheur !





Et le levain dans le pain ?

Chez Augustin, 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. Le résultat est 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.

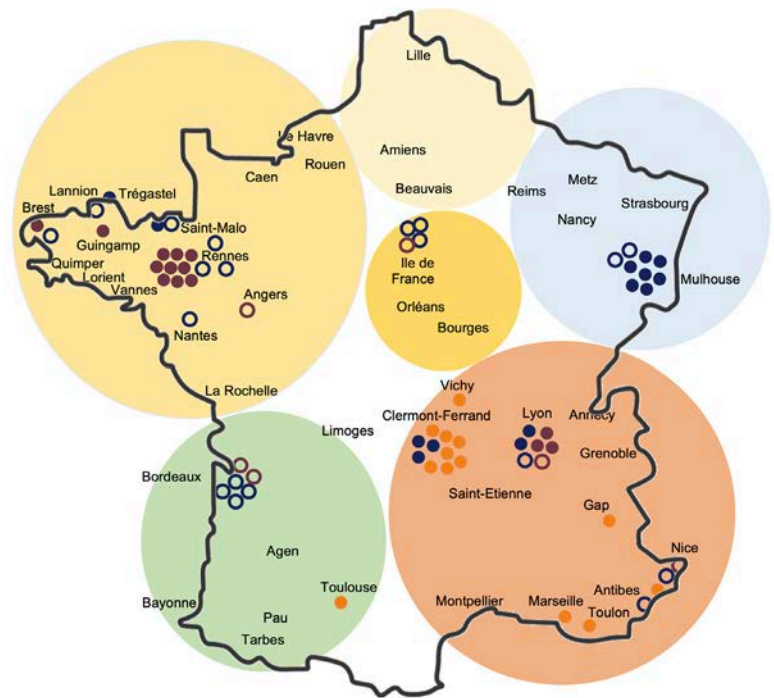


L'une des spécificités d'Augustin est l'**importance accordée à l'expérience client**. De l'aménagement au design, tout est parfaitement mesuré et pensé au service d'une **expérience sensorielle haut de gamme**. L'atmosphère y est chaleureuse, favorisant convivialité et proximité avec les équipes Augustin. Le service client est, lui, orienté vers le **conseil et la personnalisation** : la coupe du pain est offerte afin de permettre à chaque client de repartir avec un produit parfaitement adapté à ses besoins. Cette approche renforce la proximité avec la clientèle et crée une expérience unique, mêlant savoir-faire artisanal et modernité.



Augustin maîtrise sa croissance grâce à ses 15 années d'expérience qui sont pour cela un véritable atout. **L'enseigne continue de se développer en succursale et en franchise en s'implantant dans les grandes agglomérations et dans les centres urbains à forte affluence.** Onze boutiques sont actuellement ouvertes dans l'Ouest de la France et 3 à Lyon. Grâce à une maîtrise opérationnelle reconnue et à une optimisation rigoureuse des coûts, Augustin parvient à s'implanter rapidement tout en maintenant des standards de qualité réguliers.

Les 150 m² de surface moyenne, permettent à chaque boutique Augustin, d'accueillir une clientèle active, à la recherche de produits qualitatifs et sains et de recettes traditionnelles revisitées avec créativité. Elles s'inscrivent ainsi pleinement dans une vie citadine.



450 à 650

clients par jour

7 à 10

employés par boutique

5 à 6 euros

panier moyen

1.20 euros

prix de la baguette

3 meilleures ventes

Baguette Augustin, Baguette Augustine, viennoiseries



Augustin,

l'art de la Boulangerie, Pâtisserie, Snacking sans les contraintes du métier de boulanger :
une expérience gourmande clé en main, pensée pour séduire une clientèle urbaine exigeante.

Face à l'évolution des attentes des consommateurs, Augustin se positionne à l'avant-garde de la transformation du marché de la boulangerie. **En 2024, l'enseigne travaille à la premiumisation de son modèle, avec l'introduction de nouveaux pains spéciaux à la coupe, des pâtisseries innovantes et un cadre plus cosy et haut de gamme pour enrichir l'expérience client.**

Augustin poursuit une stratégie de croissance en succursale et en franchise, priorisant les grandes métropoles et les zones à fort potentiel économique.

Cette expansion est maîtrisée grâce à une rigueur opérationnelle et un modèle de franchise flexible et personnalisable. Le réseau bénéficie d'une solide expérience et d'un accompagnement dédié pour les franchisés, permettant de profiter du savoir-faire d'Augustin tout en participant activement au développement local de leur boutique. Les franchisés Augustin sont encouragés à développer d'autres boutiques dans leur secteur géographique, renforçant ainsi le maillage territorial et l'ancrage des 2 enseignes du groupe au coeur des villes françaises. **La stratégie pour 2025 vise à étendre le réseau de l'enseigne, avec l'objectif d'atteindre entre 25 et 30 points de vente.**

En associant emplacement et savoir-faire, les enseignes Augustin placent la franchise au coeur de leur développement en 2024 et 2025. Cette approche flexible, associée à un soutien continu, vise à positionner durablement la marque sur le marché français.

L'implantation de nouveaux points de vente en centre-ville présente des défis, notamment à cause des coûts élevés des loyers. Augustin s'adapte en se concentrant sur des rénovations stratégiques de ses boutiques existantes, créant des espaces accueillants et contemporains, parfaitement alignés avec ses valeurs de partage et de convivialité.





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

A man with short dark hair, smiling, is seated in a black leather armchair. He is wearing a white long-sleeved shirt, a blue vest, a blue tie, and blue trousers. His hands are clasped on the chair's backrest. The room has light-colored, patterned wallpaper. To the left is a window with a blue frame and a large potted plant. To the right is another window with a blue frame showing green foliage. A square abstract painting hangs on the wall behind him. The floor is covered with a red carpet. 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

