



PRESENTATION

Augustin

L'art du pain



SOMMAIRE

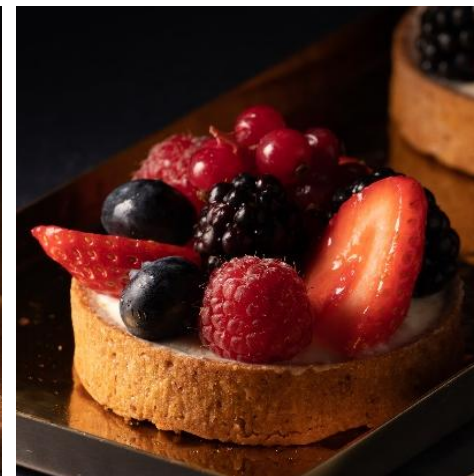
LE GROUPE BC-CAP 03

L'OUTIL INDUSTRIEL 11

LES BOUTIQUES AUGUSTIN 18

L'ANIMATION RESEAU 74

LA PROCÉDURE DE RECRUTEMENT FRANCHISE 77



Augustin

LE GROUPE

PRÉSENTATION DU GROUPE BC-CAP

L'HISTOIRE DU GROUPE BC-CAP ET DE SON DIRIGEANT



Boris Calle, ancien cavalier professionnel se fait un nom sur les terrains de concours hippiques nationaux et internationaux jusqu'en 2005, où il décide de mettre fin à sa carrière. Fort de son expérience de compétiteur, curieux de tout, il s'octroie 18 mois de réflexion pour créer son propre concept. Il voyage, apprend et fait des rencontres qui le mènent à la boulangerie. Sa première boutique - AUGUSTIN - voit le jour en 2007 à Cesson-Sévigné.

Le groupe BC-CAP, dirigé par Boris Calle, incarne une dynamique d'expansion et d'innovation dans le secteur de la boulangerie et pâtisserie. Avec ses deux enseignes, **AUGUSTIN** et **MARIETTE**, il propose des offres distinctes sur le marché de la boulangerie artisanale et du snacking, adressant à la fois les particuliers et les professionnels via ses points de vente et son outil industriel, **AUG'UNIT**.

En 2021, BC-CAP a consolidé sa position avec l'acquisition de **New Bakery développement** et **Saint-Honoré**, lui permettant de s'implanter dans plusieurs régions clés, notamment la Rhône-Alpes, le Puy-de-Dôme, et le Haut-Rhin. Ces mouvements stratégiques ont permis de doubler le nombre de ses magasins, élargissant ainsi sa présence et son influence dans l'industrie.

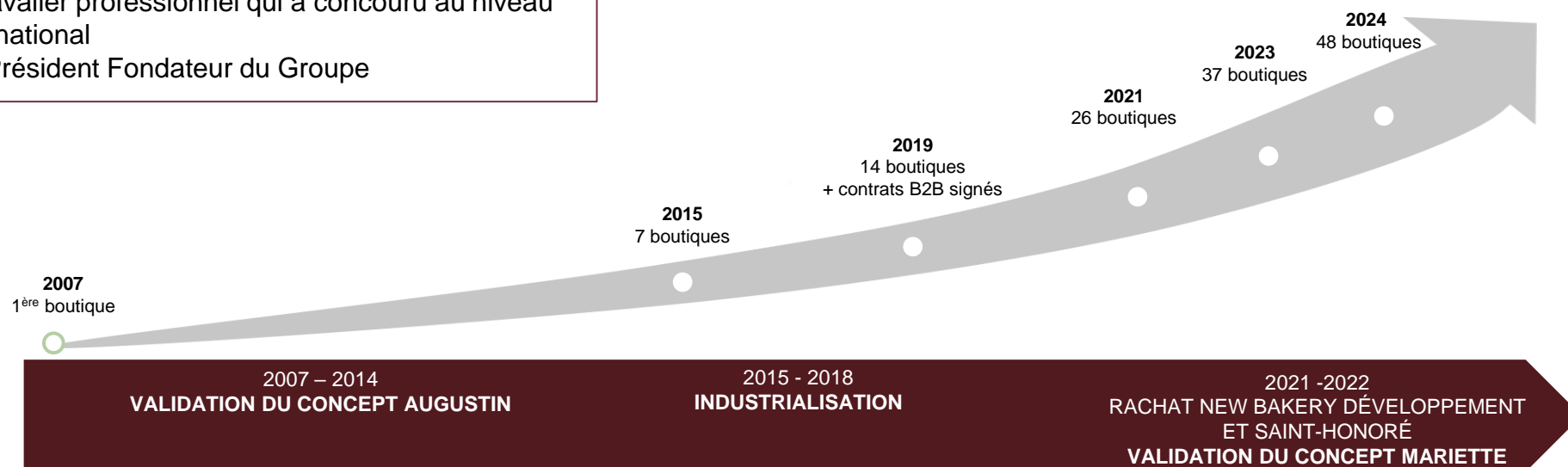
L'objectif du groupe est de maintenir un équilibre entre tradition et modernité, en proposant une large gamme de produits de qualité, soutenue par une capacité industrielle solide et une vision d'avenir pour la boulangerie et le snacking.

PRÉSENTATION DU GROUPE BC-CAP

L'HISTOIRE DU GROUPE BC-CAP

Boris CALLE

- 1995 : Création d'une écurie de 40 chevaux cédée en 2005
- Avant 2006 : Cavalier professionnel qui a concouru au niveau national et international
- Depuis 2006 : Président Fondateur du Groupe



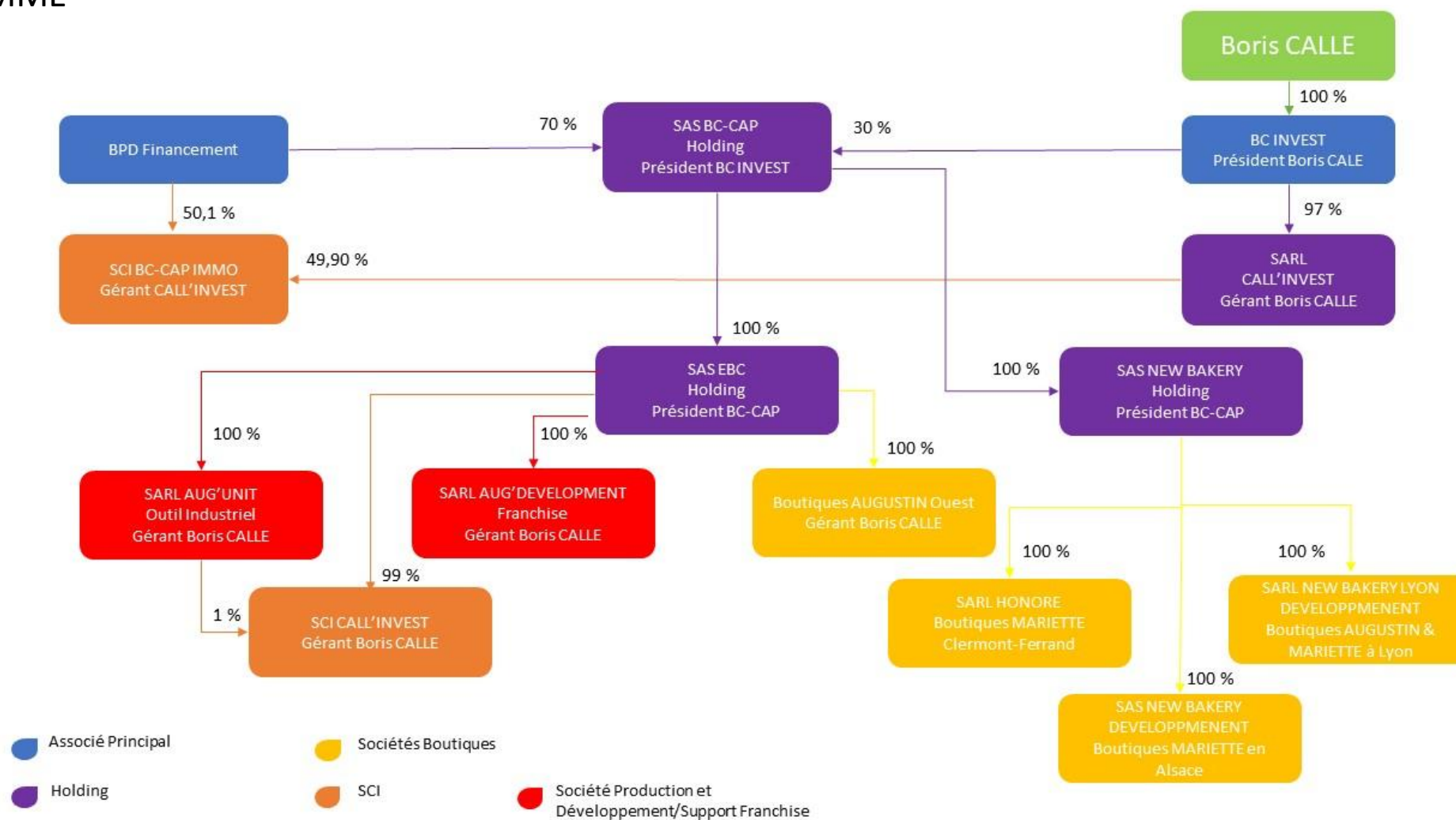
- Définition du concept Augustin, des valeurs de la marque (authenticité, qualité), du positionnement prix, de l'offre, etc.
- Ouverture de la première boulangerie en Bretagne (Cesson-Sevigné) et constitution du parc de boulangeries dans la région
- Livraison en pâte fraîche et livraison des boutiques au quotidien
- Recherche et création d'un outil industriel : 4 années de mise au point

- Validation des process et du modèle économique
- Poursuite du maillage régional
- Mise en test du procédé industriel en pâte stabilisée
- Livraison des boutiques une fois par semaine
- Premières franchises : 2 boutiques

- Intégration des enseignes Biscotte et Moulin de Païou en vue de leur transformation
- Création de la marque Mariette
- Ouverture de la première boutique à Aubière

PRÉSENTATION DU GROUPE BC-CAP

L'ORGANIGRAMME



PRÉSENTATION DU GROUPE BC-CAP

NOS ENSEIGNES

BOULANGERIES

Augustin

L'art du pain

Mariette

• • pains & pâtisseries • •

AGROALIMENTAIRE



PRÉSENTATION DU GROUPE BC-CAP

LA MARQUE MARIETTE



Chez MARIETTE nous proposons une expérience unique autour d'une nouvelle génération de boulangerie pâtisserie alliant tradition et modernité.

Notre volonté est de renforcer l'accessibilité et d'offrir à chacun le plaisir de consommer des produits de tradition sains, généreux et savoureux, fabriqués avec des ingrédients de qualité.

Chez Mariette, partage, générosité, convivialité, ne sont pas de vains mots, nous nous attachons à développer une vraie relation de proximité et de confiance.

« LA NOUVELLE GÉNÉRATION DE BOULANGERIE ALLIANT TRADITION ET MODERNITÉ »

PRÉSENTATION DU GROUPE BC-CAP

LA MARQUE AUGUSTIN



L'art du pain

La marque AUGUSTIN propose une expérience unique autour de la boulangerie tant contemporaine qu'ancrée dans la tradition.

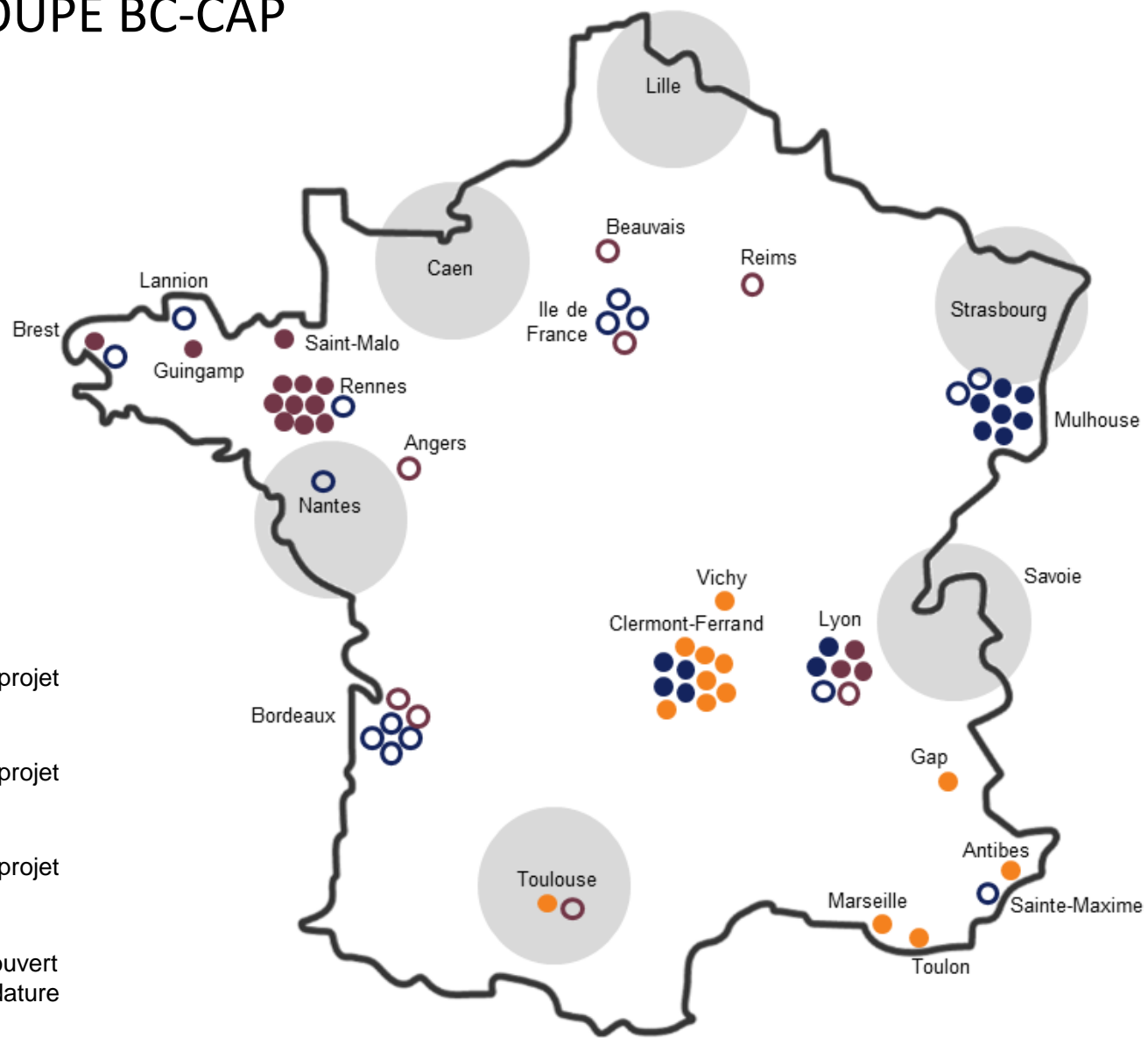
Elle a la volonté d'offrir à ses clients le plaisir du bon, du chaud et du beau, tout au long de la journée, 7 jours sur 7, dans une relation de proximité et de confiance.

Et a pour mission de perpétuer et valoriser le savoir-faire traditionnel de la boulangerie pour des produits authentiques, savoureux et respectueux.

« ENTRE HÉRITAGE ET REGARD PORTÉ VERS L'AVENIR »

PRÉSENTATION DU GROUPE BC-CAP

NOS IMPLANTATIONS



Augustin

● Existant ○ En projet

Mariette

● Existant ○ En projet



● Existant ○ En projet

● Territoire ouvert à la candidature

Augustin

L'OUTIL INDUSTRIEL

L'OUTIL INDUSTRIEL

PIERRE ANGULAIRE DU PLAN STRATÉGIQUE

Une usine au cœur du bastion historique ... offrant des perspectives fortes de développement



- Un site de production de 6500 m² à proximité de Rennes, à Châteaugiron, facilité d'accès au réseau autoroutier
- Outil de production en continu pour la ligne de panification nécessitant peu d'intervenants
- Un processus de production qui répond aux exigences les plus strictes en termes de qualité et hygiène des produits

- Livraison journalière des boutiques fournissant 65% de l'offre proposée aux clients
- Production de petites et moyennes séries pour servir des clients retail et B2B de toutes tailles

La maîtrise de l'amont permet à Augustin d'être réactif sur son marché et différenciant : marges, prix, attentes produits, qualité, etc.

L'OUTIL INDUSTRIEL

UNIQUE SUR LE MARCHÉ, ET PERMETTANT LA FABRICATION DE PETITES SÉRIES



UNE LIGNE 100% AUTOMATISÉE

- Toutes les étapes sont automatisées : stockage des matières premières, dosage des ingrédients, pétrissage de la pâte, chargement des pétrins, alimentation de la ligne, panification et façonnage des produits, entrée des produits finis semi-emballés dans le surgélateur, sortie du surgélateur, emballage et palettisation, stockage des produits finis (-20°C)
- L'outil reproduit les techniques artisanales les plus pointues du boulanger : fabrication du levain, utilisation des meilleures farine (T65 et plus), pétrissage, hydratation jusqu'à 79% de la pâte, rabat de la pâte, coupe, fermentation...
- 100% sous environnement informatique

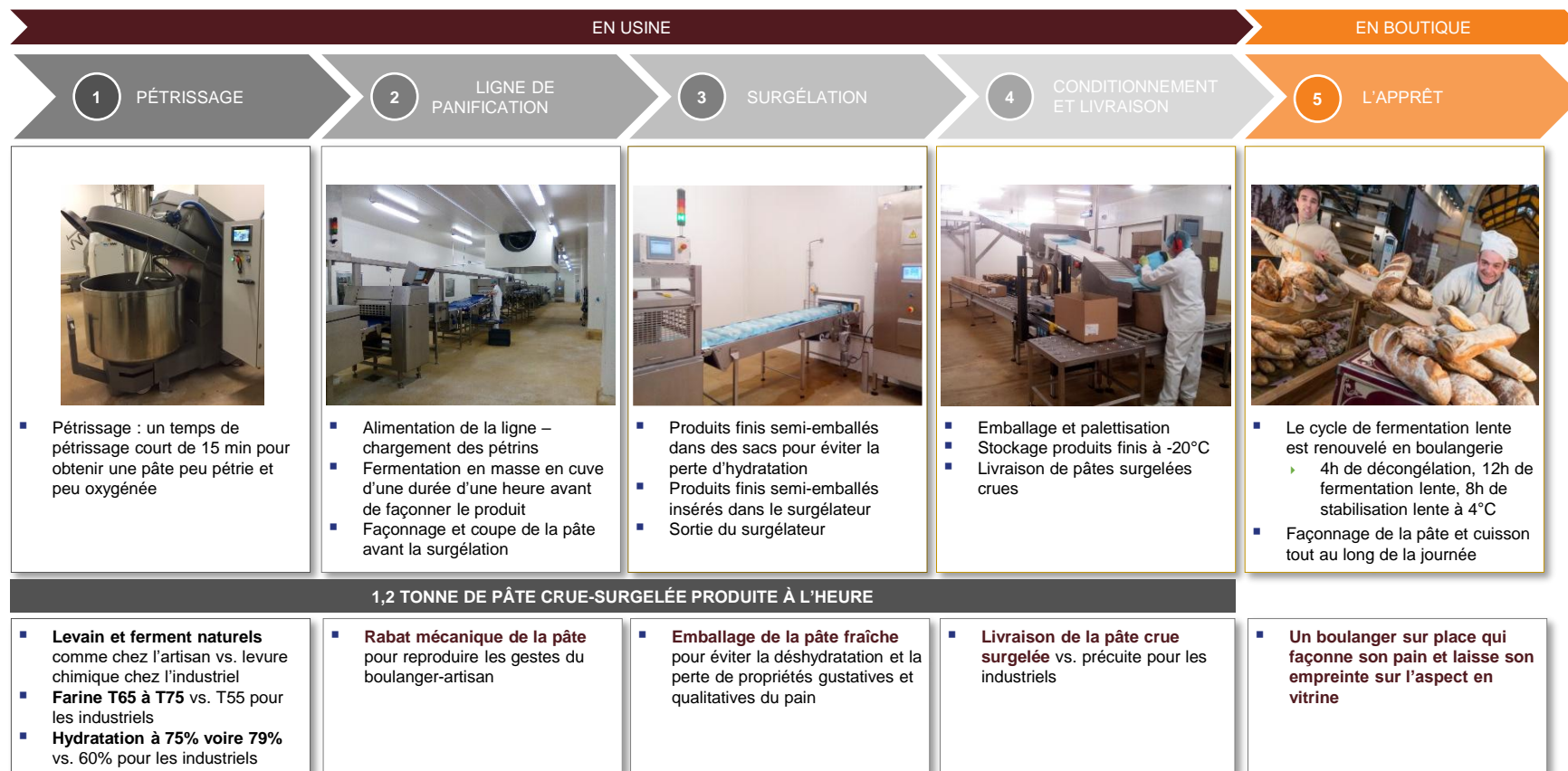
UNE CONNAISSANCE CLIENT AU SERVICE DE LA PRODUCTION

- Un outil de production réactif et flexible qui fournit 65% des produits vendus par le réseau de boutiques

L'OUTIL INDUSTRIEL

UNE LIGNE DE PANIFICATION SANS ÉQUIVALENT SUR LE MARCHÉ

Fruit de 4 années de R&D et de mise au point

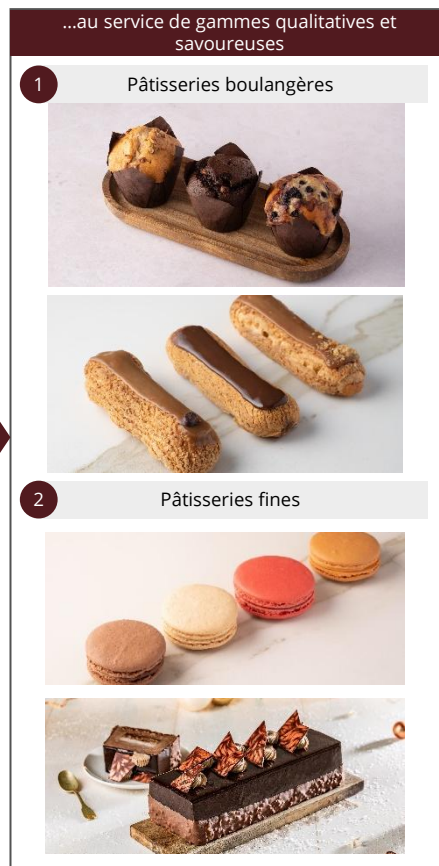
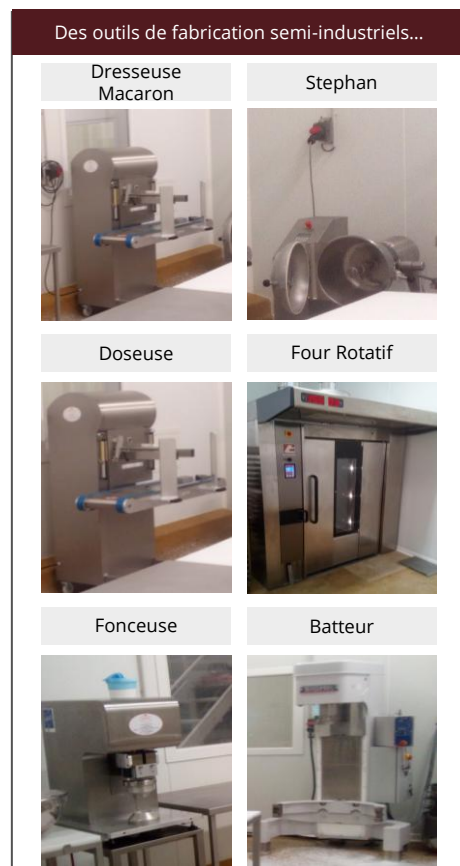


Un résultat imbattable : le boulanger Augustin reçoit les pâtes crues-surgelées

de l'usine et façonne 50 références en point de vente chaque jour.

L'OUTIL INDUSTRIEL

L'ÉLABORATION DE LA GAMME PÂTISSERIE FINE ET BOULANGERE EN SEMI-ARTISANAL



PÂTISSERIE : DES PRODUITS IDENTIFIÉS ARTISANAUX

DES ATELIERS DE PRODUCTION FLEXIBLES

- La modularité du matériel utilisé dans les ateliers permet d'adapter dans les meilleurs délais l'organisation de la production aux plannings de fabrication
- Augustin est ainsi capable de réaliser des petites séries et de fabriquer des produits « sur mesure » dans des conditions de productivité élevées

CYCLE DE PRODUCTION

- La flexibilité de l'outil de réaliser jusqu'à 10 produits différents par jour
- Les produits surgelés sont stockés pendant 15 jours en moyenne
- Stockées dans une chambre froide négative, les pâtisseries fines se conservent 12 mois, générant ainsi peu de dépréciation de stocks

DES PRODUITS DE QUALITÉ

- Application du savoir-faire de la pâtisserie artisanale à une production industrielle avec des ateliers semi-automatisés et une finition des desserts réalisée à la main pour une qualité irréprochable

DES PRODUITS À PLUS FORTE VALEUR AJOUTÉE

- Augustin fait évoluer ses recettes, les parfums, les couleurs, tout en proposant des produits moins riches en sucre et en matière grasse
- Augustin propose une offre plus adaptée à la consommation moderne avec de plus en plus de formats individuels, tels que les portions individuelles, les découpes et les assortiments de mini-pâtisseries

LA PARFAITE TRAÇABILITÉ DES PRODUITS

- Augustin prend en charge le suivi des lots de produits grâce à son système d'information et indique la composition précise des produits sur l'étiquetage

Des produits où les gestes sont plus nombreux rendant l'intervention humaine encore indispensable sur certaines étapes de la fabrication

L'OUTIL INDUSTRIEL

UNE COLLABORATION ÉTROITE AVEC LES MEILLEURS FOURNISSEURS D'ÉQUIPEMENTS

Une ligne de production conçue pour être fiable ... et répliquable

LIGNE DE PANIFICATION

Rademaker

- Fournisseur hollandais de systèmes personnalisés de boulangerie industrielle
- Partenaire innovant tant sur les plans techniques que technologiques
- Etroite collaboration avec Augustin pour le développement de la ligne de panification personnalisée performante

35 ans d'expérience

Marque reconnue
mondialement

Systèmes
industriels
personnalisés

PÉTRINS ET CUVES

VMI
THE MIXING COMPANY

- Un savoir-faire historique en matière de mélanges qui garantit une réponse adaptée à chacune des problématiques de production industrielle
- Alliance d'une productivité optimale et du respect des fondamentaux en matière de pétrissage

Plus de 70 ans
d'expérience

Expert
incontournable
d'équipements de
mélange

Pétrins et cuves
d'une productivité
optimale

SYSTÈMES DE STOCKAGE, TRANSFERT ET DOSAGE DE FARINE

**SHICK
ESTEVE**
LINXIS GROUP

- Entreprise spécialisée dans les systèmes de manutention automatisés des poudres et liquides
- Un contrôle de la qualité assuré grâce à une meilleure précision des ingrédients
- Réduction des coûts de main-d'œuvre et contribution à la création d'un environnement de travail plus sûr

Près de 70 ans
d'expérience

Leader de
l'équipement pour
l'industrie
alimentaire

Systèmes installés
dans le monde
entier

FOOD
PROCESSING
EQUIPMENT
KAUFLER.SMO
INTERNATIONAL

- Fabricant spécialisé dans le domaine du refroidissement et de la surgélation
- La construction des surgélateurs est de dimension standard en utilisant des composants de haute résistance
- Équipement très solide convenant aux conditions extrêmes et donnant les meilleures performances

Plus de 15 ans
d'expérience

Leader reconnu
pour la qualité de
ses systèmes de
froid

Surgélateurs à
haute performance

L'OUTIL INDUSTRIEL

UNE MISE EN ŒUVRE INNOVANTE, SIMPLE ET EFFICACE EN BOUTIQUE

Un process simple pour une mise en œuvre facilitée avec un résultat identique à la méthode artisanale



UNE GESTION DU QUOTIDIEN OPTIMISÉ

- Peu de temps de remise en œuvre
- Pas de perte, pas de ruptures
- Mise en œuvre simple par du personnel polyvalent
- Une production journalière sécurisée

Augustin

LES BOUTIQUES

Toute l'excellence et l'authenticité
de la boulangerie pâtisserie française pour
apporter plaisir et émotion



LES BOUTIQUES



Entre tradition et modernité,
chaque boutique signe une identité forte, propre à son environnement immédiat.
Un aménagement sur mesure pensé en totale collaboration avec le franchisé.
Le design est pensé au service d'une expérience sensorielle
la plus qualitative pour la clientèle.



Les boutiques Augustin s'inscrivent dans une vie de quartier, on y vient acheter son pain,
mais aussi pour partager un moment de convivialité.

LES BOUTIQUES

AUGUSTIN AMÉLIORE À TOUS LES NIVEAUX L'ÉQUATION ÉCONOMIQUE DE LA BOULANGERIE

	AUGUSTIN	ARTISAN BOULANGER	INDUSTRIEL PRÉCUIT
 <p>LE CRU-SURGELÉ : LE CHOIX TRANSFORMANT LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DE LA BOULANGERIE</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Unique sur le marché, la ligne de panification Augustin est le fruit de 4 années de conception et mises au point visant à reproduire industriellement les techniques artisanales les plus pointues ▶ La technique de fabrication en cru-surgelé est complexe et impose notamment la maîtrise de la fermentation à cadence industrielle tout en offrant un excellent rapport qualité/prix du produit fini ▶ Augustin fabrique industriellement des pâtons surgelés qui seront façonnés en point de vente et cuits devant le client pour un produit ultra frais et qualitatif crédibilisant tous les produits du point de vente 	<p>Production qualitative en usine + Facilité de transport et stockage</p>	<p>Production qualitative sur place + Fragilité de stockage</p>	<p>Production quantitative en usine + Volume de transport et stockage</p>
 <p>LA QUALITÉ ET LA VARIÉTÉ : LA CRÉDIBILITÉ DU SAVOIR-FAIRE BOULANGER</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ En phase avec les attentes qualitatives et d'authenticité des clients, Augustin propose du choix et de l'innovation avec plus de 50 pains dont les 2/3 de pains spéciaux à forte marge ▶ La société fabrique également dans son usine une gamme surgelée et étoffée de 30 pâtisseries boulangères et 10 de pâtisseries fines ▶ 250 références sont disponibles dont 50 recettes de snacking (sandwichs, quiches...) 	<p>50 pains + 250 références</p>	<p>5 à 10 pains + Quelques références en pâtisserie</p>	<p>1 à 5 pains</p>
 <p>DES BOUTIQUES : S'AFFRANCHIR DES CONTRAINTES STRUCTURELLES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Un employé façonne et cuit une cinquantaine de références de pains chaque jour en boutique sans besoin de grande technicité boulangère et avec une facilité de réassort tout au long de la journée ▶ Limitation des employés en fabrication, augmentation de la surface de vente (pas de pétrin/laboratoire), réglementation hygiène et sanitaire moindre pour des boutiques plus performantes ▶ Les boutiques se transforment en lieu de vie avec une consommation plurielle toute la journée 	<p>KPIs boutique optimisés + Capex de matériel limités</p>	<p>KPIs boutique pénalisés + Capex de matériel élevés</p>	<p>Non Applicable</p>

LES BOUTIQUES

AUGUSTIN AMÉLIORE À TOUS LES NIVEAUX L'ÉQUATION ÉCONOMIQUE DE LA BOULANGERIE

	BOULANGERIES TRADITIONNELLES	GRANDES ET MOYENNES SURFACES	TERMINAUX DE CUISSON	<i>Augustin</i>	ANALYSE COMPARATIVE AUGUSTIN
RAPPORT QUALITÉ / PRIX	++	+	++	+++	Un positionnement moyen / haut de gamme tout en offrant un rapport qualité/prix à l'avantage du consommateur
IMAGE D'AUTHENTICITÉ	++	--	-	++	Une déclinaison de l'identité d'Augustin reposant sur des aménagements et un décorum de qualité
QUALITÉ DES PRODUITS	++	-	-	++	Une offre produits qualitative, haut de gamme, pouvant être servie à toute heure de la journée
NOTORIÉTÉ	-	+	+	+	Une notoriété affirmée en Bretagne
DIVERSITÉ DE L'OFFRE	++	+	+	+++	250 références dont une gamme de pains de plus de 50 recettes qui font d'Augustin l'offre la plus large du marché
CAPACITÉ DE PRODUCTION	+	++	+	+++	Un contrôle unique de la chaîne de valeur avec la ligne de panification
DENSITÉ DU MAILLAGE TERRITORIAL	-	++	++	+	Des points de vente multi formats conçus pour être modulables et répliquables
RÉSISTANCE AUX PRIX DES MATIÈRES PREMIÈRES	-	+++	++	+++	Etude trimestrielle de tous les prix d'achat. Recours à un nombre limité d'intermédiaires. Certains achats sont opérés sur le marché mondial via un courtier (abricots, raisins, etc.) Adaptation des recettes et de l'offre de produits en fonction du prix des matières premières

POSITIONNEMENT DE LA MARQUE AUGUSTIN

LA CIBLE

Un public d'urbains actifs ayant un pouvoir d'achat relativement élevé, recherchant le « beau produit » de qualité.



Julie

32 ans, chief digital officer



Marc

50 ans, célibataire, professeur de géographie dans un lycée du centre ville



Clara 19 ans, étudiante



Colette

68 ans, hyper active, impliquée au sein de nombreuses associations



Erwan

39 ans, habite à 15 du centre ville, gare sa voiture au parking relai et prend le métro pour une balade en centre ville

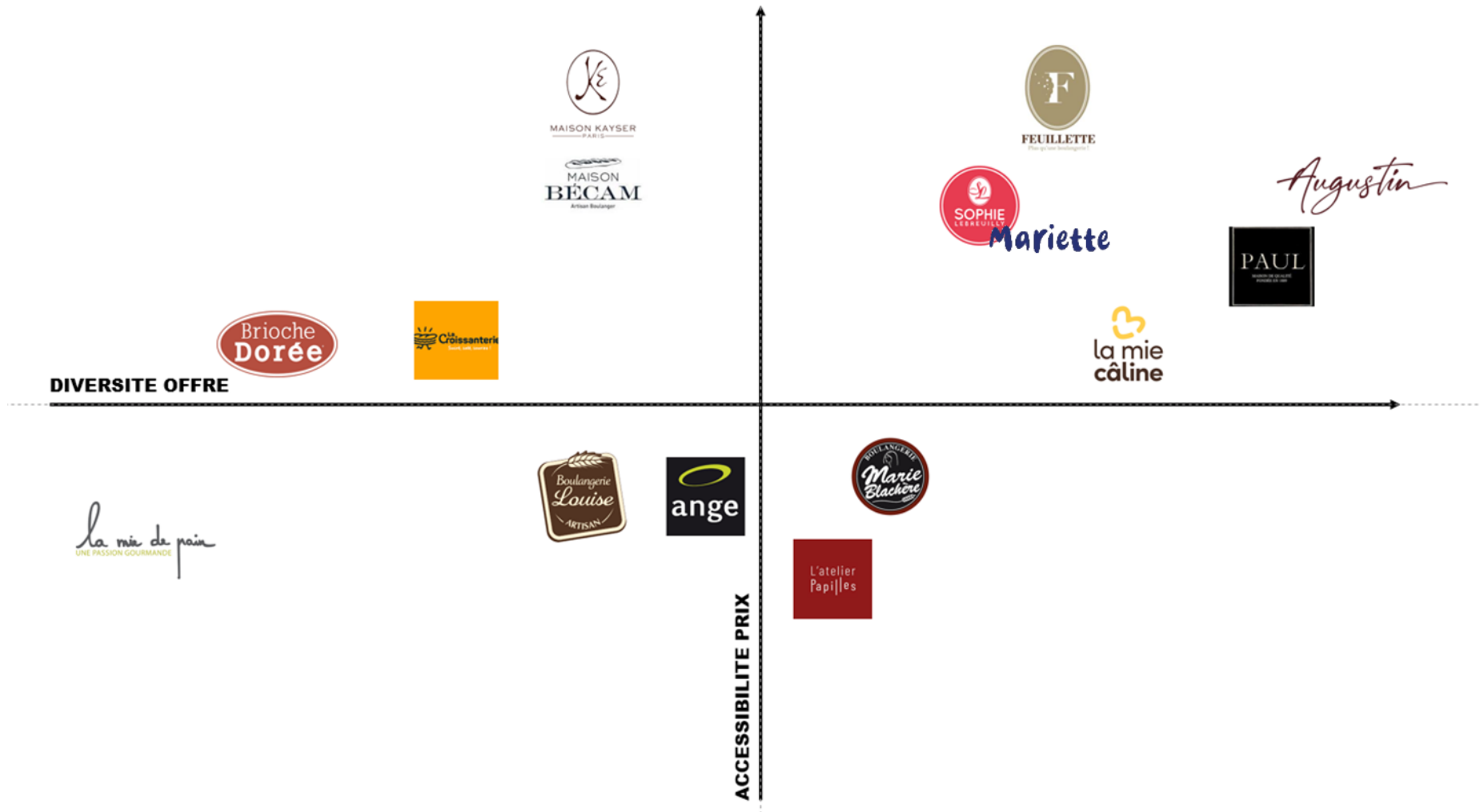


Marie

28 ans, adepte du yoga et d'une alimentation saine et équilibrée pour toute sa famille

LE POSITIONNEMENT DE L'ENSEIGNE AUGUSTIN

L'UNIVERS CONCURRENTIEL EN FRANCE





UN RÉSEAU DE BOUTIQUES
POUR PORTER L'OFFRE,
EN FORT DÉVELOPPEMENT

LE CONCEPT

AMÉNAGEMENTS ET AMBIANCE DES BOUTIQUES

Nous souhaitons que chaque aménagement et ambiance de boutique soit unique et de grande qualité architecturale.

La décoration et l'ambiance de chaque boutique sont décidées et dessinées à la création de celle-ci.

Nous souhaitons que chaque boutique s'imprègne et s'inscrive parfaitement dans le milieu dans lequel elle évolue.

Pour ces raisons, nos boutiques sont toutes des créations uniques avec cependant une charte de communication identique.



LE CONCEPT

UN CADRE AGRÉABLE ET TRADITIONNEL

AUTHENTICITÉ

- Chaque boutique est conçue pour refléter l'authenticité de son environnement local. Les matériaux, les couleurs et les éléments décoratifs sont choisis pour s'harmoniser avec la charte architecturale de l'enseigne et l'environnement de la boutique.
- Chaque détail architectural et décoratif est pensé pour créer une atmosphère authentique et immersive, où chaque visite devient une expérience unique. L'ambiance y est à la fois authentique et moderne pour offrir un cadre chaleureux et accueillant.
- L'authenticité est également présente dans les produits proposés, mettant en valeur la tradition et les savoir-faire boulanger.
- Nos boutiques généralistes, offrant une variété de choix en vente à emporter ou à consommer sur place, sont des points de rencontre où se mêlent convivialité et authenticité.
- Elles sont empreintes de traditions et de repères pour notre clientèle, évoquant des souvenirs et des émotions qui renforcent le lien avec notre marque.

INTEMPORALITÉ

- L'aménagement des boutiques, les choix de design et de décoration sont pensés pour que nos boutiques demeurent attrayantes et fonctionnelles au fil des années.
- Les choix de design et de décoration privilégient les matériaux pour leurs capacités à résister aux fluctuations de la mode.
- Cette approche permet aux boutiques de maintenir leur attrait esthétique offrant une expérience durable et pérenne à nos clients.

MODULARITÉ

- Un concept entièrement modulable, s'adaptant avec les formats cœur de ville et périphérie. Chaque boutique est conçue pour s'harmoniser avec son quartier environnant, reflétant ainsi l'identité locale.
- Une gestion efficace de l'espace, maximisant son utilisation tout en préservant son caractère unique et son intégrité architecturale.
- Nos boutiques sont uniques dans leur décoration, évitant ainsi la standardisation dans leur aménagement. Cela nous permet de faire évoluer notre concept à chaque ouverture et dans chaque lieu.

Un cahier des charges flexible et en constante évolution qui s'adapte aux besoins des clients et aux opportunités locales

UN RÉSEAU AUX DÉCLINAISONS MULTIPLES

EN CENTRE VILLE

- Emplacement N°1
- Zone de chalandise de 50 000 habitants minimum
- Vente à emporter et sur place
- Surface de 150 m² dont 70 à 80 m² minimum en rdc
- Réserve possible en étage ou en sous-sol
- Façade de 6m minimum
- Idéalement en angle de rue

EN CENTRE COMMERCIAL

- Emplacement N°1
- Fréquentation de plus de 5 millions de visiteurs
- Vente à emporter et sur place
- Cellule de 75 à 150m²

EN PÉRIPHÉRIE DE VILLE

- De plus de 50 000 habitants minimum
- Local d'une surface de 200 à 250m² dont 100m² minimum en rdc
- Accès avec un «tourner à gauche»
- Idéalement accès direct rond point
- Axe passant :
- => 30 000 véhicules/jour
- => 10 000 actifs à 500m PARIS/IDF et 1km en province
- => 15 000 habitants à 500m PARIS/IDF et 1km en province

Des boutiques modulables répondant à la stratégie de constitution d'un réseau national multi-géographique

(centre-ville, périphérie, centre commercial, etc.)



LE DEVELOPPEMENT PRODUIT

LE DÉVELOPPEMENT PRODUIT



À L'ORIGINE... LE LEVAIN

CHEZ AUGUSTIN, NOUS UTILISONS UN LEVAIN À L'ANCIENNE 100% NATUREL.

Le levain à l'ancienne résulte de la fermentation de farine et d'eau. C'est une matière vivante constituée de levures "sauvages" et de bactéries lactiques. Ces éléments sont naturellement présents dans la farine et dans l'air ambiant, c'est pourquoi chaque levain est unique.

LES PROPRIÉTÉS D'UN PAIN AU LEVAIN À L'ANCIENNE SONT MULTIPLES :

➤ Une meilleure digestibilité

Le levain rend le pain plus digeste car les micro-organismes présents dans la pâte par la fermentation naturelle vont initier le travail d'acidification favorisant la digestion.

La fermentation va également contribuer à dégrader en partie le gluten et l'acide phytique présent dans les céréales qui freine l'assimilation des minéraux par l'organisme.

Ainsi le pain au levain permet un meilleur apport en fer, zinc et magnésium.

➤ Un index glycémique plus bas

Les micro-organismes du levain ont l'avantage de diminuer l'index glycémique du pain en s'attaquant à l'amidon des céréales.

➤ Un goût et une texture unique

Très aromatique, légèrement acidulé, le levain apporte un caractère particulier au pain et une identité qui lui est propre.

Une croûte croustillante et une mie tendre et souple caractérisent le pain au levain.

➤ Une conservation plus longue

Les bactéries du levain retiennent l'humidité dans la mie, elle sèche donc moins vite et l'acidité dégagée par ces dernières permet une meilleure conservation.



DES FARINES RIGOREUSEMENT SÉLECTIONNÉES

Des farines 100% françaises et provenant de la démarche responsable « CRC » farines bio, farines labels rouge et une farine « Calle » spécialement formulée conformément à nos valeurs et notre cahier des charges.



UN PROCESS DE FERMENTATION LENTE

La fermentation lente, véritable alchimie culinaire, est un processus essentiel dans la fabrication du pain, offrant à la fois des avantages gustatifs et des bienfaits pour la santé.

La fermentation lente allie saveur et santé. Elle implique une levée prolongée, libérant enzymes et composés bénéfiques. Cette méthode réduit la présence de gluten et favorise une digestion douce. Enrichissant les saveurs et textures, elle offre aussi un indice glycémique plus bas, bénéfique pour la santé. En somme, la fermentation lente dans la fabrication du pain transcende le simple aspect gustatif pour offrir un produit plus sain et plus digestible, fusionnant ainsi tradition et bien-être alimentaire.

LE DÉVELOPPEMENT PRODUIT

DES LANCEMENTS PRODUITS AU PLUS PRÈS DES TENDANCES, DES SAISONS ET DES BESOINS CONSOMMATEURS

- Un service marketing en charge des tendances produits, de la politique tarifaire et de l'animation du plan commercial.
- Un service recherche et développement en constante veille tant sur les produits que sur les matières premières.
- Un service achat garant de la qualité des approvisionnements suivant l'exigence de notre cahier des charges.
- Une carte revue 3 fois par an, animée par un lancement produit chaque mois ayant pour objectif d'animer chaque gamme de façon régulière pour renforcer l'attractivité des boutiques.

LA QUALITÉ SANS CONCESSION

ORIGINE DES MATIÈRES PREMIÈRES

- Plus de 85% des produits alimentaires proviennent de producteurs français
- Viande bovine 100% française
- Volaille 100% française
- Poulets 100% issus d'élevages respectueux à 2025
- Jambon 100% français et cuit sans polyphosphate
- Œuf et Ovoproduits 100% poules hors cages à 2025
- Fromages AOP
- Farines 100% françaises et provenant de la démarche responsable « CRC » farines bio, farines labels rouge
- Création d'une farine « Calle » spécialement formulée conformément à nos valeurs et notre cahier des charges
- Viennoiseries 100% beurre frais
- Pains au levain à l'ancienne 100% naturel issus de notre centre de fabrication

FRAÎCHEUR

- Produits réalisés sur place tout au long de la journée
- Élaboration sur place, le jour même, de 90% des produits



LA QUALITÉ SANS CONCESSION

EXCELLENCE

Groupe familial très attaché aux valeurs de tradition, nous avons choisi de valoriser les circuits courts et de privilégier des élevages et des chaînes de transformation des plus rigoureux, afin de garantir des produits de qualité.

PLAISIR & SANTÉ DANS VOTRE ASSIETTE

Nous menons depuis toujours un travail d'amélioration et d'optimisation de nos recettes :

- Réduction des taux de sel
- Surveillance des taux de sucres ajoutés
- Allègement des matières grasses
- Simplification des ingrédients
- Pain au levain à l'ancienne 100% naturel fabriqué à partir de farines de qualité spécialement sélectionnées
- Jambon sans polyphosphates
- Communication des allergènes et des valeurs nutritionnelles
- Gamme végétane
- Gamme pains santé

LA QUALITÉ SANS CONCESSION

SAVOIR-FAIRE

Des recettes originales et des produits innovants pour répondre aux nouvelles tendances de consommation
et être au plus près des attentes de nos clients

PAINS SPÉCIAUX



PÂTISSERIES FINES



SANDWICHS SIGNATURES ÉLABORÉS AVEC NOS PAINS SPÉCIAUX



LA BVP, COLONNE VERTÉBRALE DE L'OFFRE PRODUITS

➤ 110 RECETTES VENTILÉES DANS DES GAMMES PROFONDES

Des conseillers de vente formés, force de proposition sur les accords pains-plats

Gammes BVP	Aperçu	Offre	Contribution au CA 4T	TOP 5
PAINS		<ul style="list-style-type: none"> 50 recettes de pains tradition et blancs, pains ingrédients salés, pains ingrédients sucrés, pains spéciaux 95% de la gamme pains est vendue au poids : possibilité de vendre une seule tranche de pain Coupe de pain offerte aux clients Disponibilité à toute heure de la journée, pain chaud jusqu'à 30 min avant la fermeture 	 <p>31%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Baguette Augustine 20% Baguette Augustin 18% Meule 6% Germanique 6% Tantine 5%
VIENNOISERIES		<ul style="list-style-type: none"> 20 recettes viennoiseries Une gamme livrée deux fois par semaine en cru surgelé et cuite au fur et à mesure de la journée en boutique 	 <p>15%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Pain au chocolat 25% Croissant 15% Pain aux raisins 9% Suisse 8% Beignet 7%
PÂTISSERIES FINES		<ul style="list-style-type: none"> Collections saisonnières de 10 recettes de pâtisseries fines également vendues en parts individuelles Production en usine avec fraîcheur préservée Livraison en surgelé, prête à être posée en vitrine 	 <p>3%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Macarons 28% Grands macarons 15% Douceur du chocolat 5% Ambiance sous-bois 5% Les saveurs du verger 4%
PÂTISSERIES BOULANGÈRES		<ul style="list-style-type: none"> 40 recettes de pâtisseries boulangères Production en usine avec fraîcheur préservée Des gammes « prêtes à déguster » : éclairs, tartes citron, tartes framboises, baba au rhum, etc. Des gammes cuites en boutique à la demande : moelleux, cookies amandines, etc. 	 <p>13%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tartelette 12% Eclair 11% Flan 12% Cookie 11% Moelleux chocolat 7%

LE SNACKING, UNE OFFRE ÉTOFFÉE DE PLUS DE 50 RECETTES

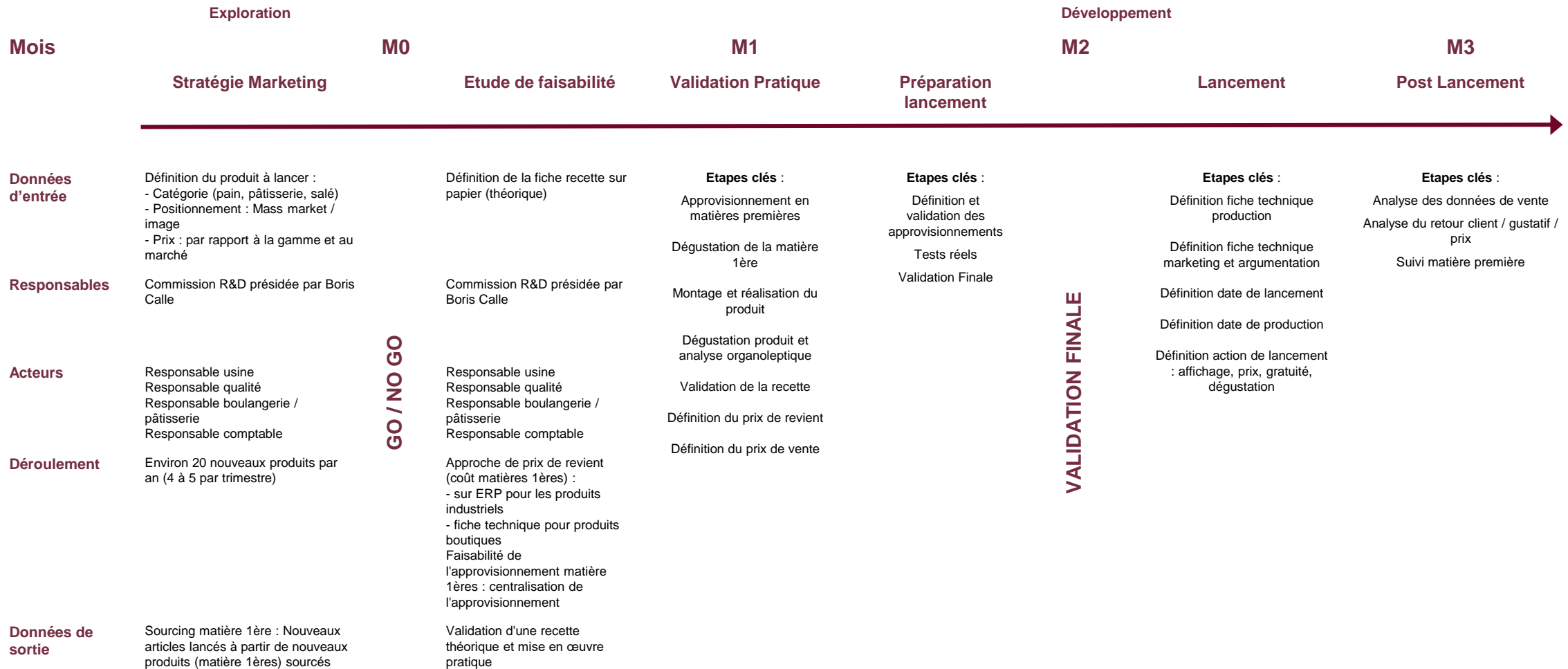
➤ PERMET DE MULTIPLIER LES INSTANTS DE CONSOMMATION

Une gamme qui représente 40% du ca boutiques

et qui fait la part belle à la consommation « sur place » avec une offre de formules dédiées

Snacking	Aperçu	Offre	Contribution au CA 4T	TOP 5
SANDWICHES		<ul style="list-style-type: none"> 30 références de sandwiches différents sont réalisées tous les jours qui ont pour base 20 pains différents chaque jour Production en usine de la pâte Cuisson de la pâte en boulangerie Confection de sandwiches en boulangerie par une personne dédiée 	23%	<ul style="list-style-type: none"> Parisien 8% Complet jambon 7% Complet poulet 7% Andalou 6% Méditerranéen 5%
SALADES		<ul style="list-style-type: none"> 6 recettes de salades pratiques et inventives qui répondent à toutes les envies Confection en boulangerie par une personne dédiée 	1%	<ul style="list-style-type: none"> Taboulé Libanais 26% Quinoa lentilles 24% Salade Poulet 21% Salade Coppa 11% Salade Océane 8%
“SALÉ”		<ul style="list-style-type: none"> 24 recettes « Salées » composées, quiches, tacos, wraps, mijotés. Les pizzas ainsi que les tartines sont réalisées en boutique reposant sur le savoir faire du pain Les quiches sont quant à elles achetées et prêtes à servir Montage du produit en boutique 	5%	<ul style="list-style-type: none"> Tartes 37% Pizza 32% Quiche 15% Pâtes 12% Tartine 4%
AUTRES		<ul style="list-style-type: none"> Gamme « Additionnelle » : boissons, nougats, crêpes, galettes, confitures et yaourts Partenariats avec des fournisseurs / artisans locaux Distributeur unique sur la gamme boissons via une plateforme de référencement pour tous les points de vente (prix bloqués, contrat d'approvisionnement avec RFA) 	9%	<ul style="list-style-type: none"> Boissons 85% Crêpes 7% Nougats 4% Yaourts 2%

UN PROCESSUS DE LANCEMENT EFFICACE





UNE OFFRE ÉTOFFÉE

L'OFFRE PRODUITS



- Les produits doivent toujours avoir une durée de vie la plus courte possible : le produit chaud est recherché.
- L'ensemble de la gamme doit être présente durant la quasi-totalité de journée.
- L'offre produit doit toujours se positionner physiquement entre le client et le personnel de vente.
- 95% des pains sont vendus au poids répondant de fait à l'attente optimale du client.
- Tout notre personnel, également les boulangers, est orienté vers le commerce et le client.
- La qualité de notre service doit être de grande valeur tant au niveau du conseil (propositions accords plats-pains...) que dans la fidélisation, nous restons des boutiques de proximité, de quartier avec un souhait de récurrence du client.
- La coupe est systématiquement proposée et offerte.
- Nos boutiques ont une grande latitude d'ouverture : de 7h00 à 20h00 ou 21h00, 7j/7j

L'OFFRE PRODUITS

UNE OFFRE LARGE

- Pains classiques
- Pains spéciaux
- Pains bio
- Pains salés & sucrés
- Pain de mie & brioches
- Cookies, cakes, beignets, muffins
- Crumbles, clafoutis
- Tartes, tartelettes, tartes rustiques, far breton
- Entremets
- Éclairs, Paris-Brest, macarons, merveilleux, baba au rhum
- Croissants, pains au chocolat, pains aux raisins, chaussons aux pommes, suisses, croissants aux amandes
- Sandwichs classiques
- Sandwichs spéciaux
- Wraps, ciabatta, tacos
- Quiches
- Salades
- Plats chauds
- Desserts, fromage blanc, salade de fruits, yaourts...



L'OFFRE PRODUITS

UNE OFFRE POUR TOUS LES MOMENTS DE LA JOURNÉE

DÉBUT DE JOURNÉE

Nous proposons une offre matinale avec un large de choix de boissons chaudes et froides (café, jus de fruits...) accompagnées de pains et de viennoiseries (environ 50 différentes variétés tous les jours).

Les clients peuvent également opter pour une formule complète « petit déjeuner ».



L'OFFRE PRODUITS

UNE OFFRE POUR TOUS LES MOMENTS DE LA JOURNÉE

DÉJEUNER

Nous avons l'offre midi avec des produits salés, quiches, wraps, salades ainsi que des sandwiches
(30 recettes différentes élaborées par nos soins).

Nous proposons également des produits « traiteur » : des plats chauds dans un package transportable pour manger en ville comme au bureau.
Ces produits peuvent être proposés en formule avec une boisson et un dessert.



L'OFFRE PRODUITS

UNE OFFRE POUR TOUS LES MOMENTS DE LA JOURNÉE

APRÈS-MIDI

Notre offre goûter est plus dirigée sur la gourmandise avec nos pâtisseries classiques, nos pâtisseries fines (tartelettes, tartes à l'ancienne, pâte à choux, flan, muffin, cookie, crumbles, entremets, macarons ...) et nos boissons froides ou chaudes.

Large gamme sucrée, avec plus de 30 références tous les jours.



L'OFFRE PRODUITS

UNE OFFRE POUR TOUS LES MOMENTS DE LA JOURNÉE

FIN DE JOURNÉE

Nous proposons en offre soir tous les produits de notre gamme salée (quiches, wraps, salades et sandwiches) ainsi que notre gamme traiteur dans un package transportable pour manger en ville ou à la maison.

De plus, nous proposons une large gamme de pains spéciaux parfaits pour les apéritifs (pain chorizo...).

Notre gamme traiteur a été sélectionnée avec précaution pour toujours offrir une offre complète et de qualité à nos clients.



L'OFFRE PRODUITS

UNE LARGE GAMME DE PÂTISSERIES

Nos pâtissiers élaborent dans l'Atelier des collections saisonnières de pâtisseries fines (entremets...) et boulangères (éclairs, tartes, moelleux, cookie...).

Ces recettes sont produites dans notre usine de manière semi-industrielle : une large partie de la production est faite main par notre équipe de pâtissiers.

La gamme de pâtisseries est livrée en surgelé : les produits sont soit prêts à être posés en vitrine (entremets, éclairs, tarte citron...),

soit semi-finis (pose de fruits sur les tartes, saupoudrage de cacao sur les tiramisus...).

Nous proposons aussi des gammes à cuire en boutique à la demande (moelleux, cookies...).



L'OFFRE PRODUITS

UNE OFFRE COMPLÉMENTAIRE DE PÂTISSERIES

ACHATS COUP DE CŒUR & ÉVÈNEMENTS FESTIF

Nos pâtisseries élaborent dans collections saisonnières de pâtisseries fines.

Ces recettes sont produites dans notre usine de manière semi-industrielle : une large partie de la production est faite main par notre équipe de pâtisseries.

La gamme de pâtisseries est livrée en surgelé : les produits sont soit prêts à être posés en vitrine soit semi-finis (pose de fruits sur les tartes, saupoudrage de cacao sur les tiramisus...).



RÉPOND AUX
ATTENTES CLIENTS
SUR DES PÉRIODES
D'ÉVÈNEMENTS
FESTIFS
ET PERSONNELS

L'OFFRE PRODUITS

UNE LARGE GAMME DE PAINS

Nos boulangers élaborent sans cesse de nouvelles recettes de pains.

Nous proposons une cinquantaine de pains : tradition, blancs, spéciaux, ingrédients salés ou sucrés.

Ces recettes permettent d'accompagner chaque moment de consommation de la journée : pains sucrés pour le petit-déjeuner ou le goûter (pains aux pépites de chocolat, aux canneberges ou encore aux abricots...) et pains salés pour accompagner une salade, un plateau de fromage ou encore un apéritif (pains aux olives, pain au chorizo ...)

95% de la gamme pains est vendue au poids : nous avons donc la possibilité de vendre une seule tranche de pain.



L'OFFRE PRODUITS

UNE OFFRE DE BOISSONS ADAPTÉE À LA CLIENTÈLE

BOISSONS CHAUDES

- Une large gamme : café, thés, chocolats, viennois, cappuccino...
- Un matériel, adapté aux flux afin notamment d'avoir un bon niveau de service sur l'offre de boissons chaudes du matin
- Pas de libre service sur les boissons chaudes afin de garantir un bon niveau qualité

BOISSONS FRAICHES

- Une offre libre service hormis sur le jus d'oranges pressées
- Une offre classique : eaux, sodas...



Augustin

TOUT NOUVEAU TOUT BIO !

LE MAG
N°1
MARS AVRIL MA

AB
AGRICULTURE
BIOLOGIQUE



LA STRATÉGIE MARKETING

LA STRATÉGIE MARKETING

RECRUTER – INFORMER - FIDÉLISER



- LES OUTILS
- Des opérations de recrutement via des distributions de flyers en boîtes aux lettres
- Des kits de communication pour chaque lancement produit
- Un magazine trimestriel à disposition de notre clientèle
- Des animations pour les ouvertures boutiques
- Des partenariats avec des associations locales ou nationales
- Des jeux ...

LA STRATÉGIE MARKETING

À DESTINATION DE NOS CLIENTS

- Un magazine trimestriel
- Des plv
- Des flyers
- Des partenariats

The image shows two covers of the Augustin magazine. The top cover is 'LE MAG N°19 Spécial fêtes' featuring a chocolate cake. The bottom cover is 'LE MAG N°20' for March, April, and May 2023, featuring a round cake. The bottom cover includes several articles: 'ON LES ATTENDAIT AVEC IMPATIENCE', 'JULY A-T-IL DE PLUS GOURMAND QUE SON APERO?', 'L'ACTU', 'L'ESPRIT VEGGIE', 'LE 20 MARS C'EST LA JOURNÉE INTERNATIONALE SANS VIANDE', 'LA BONNE IDÉE', and 'LE 24 MAI C'EST LA FÊTE DES VOISINS FAITES LEUR DÉCOUVRIR LA COLLECTION DE PAINS APERO AUGUSTIN!'.

A flyer for Augustin sandwiches. It features three sandwiches on a black tray. Text includes 'Augustin FRAICHE & GOURMANDE DÉCOUVREZ LA NOUVELLE CARTE ÉTÉ FORMULE SANDWICH à partir de 5.50€'.

A flyer for Augustin's partnership with Ruban Rose. It features the Ruban Rose logo (a pink ribbon) and text: 'Augustin S'ENGAGE AUPRES DE L'ASSOCIATION RUBAN ROSE'. Below, it states: 'Pour la deuxième année, Augustin s'engage aux côtés de l'Association Ruban Rose. Ce partenariat français a été créé pour que le mois d'octobre de chaque année soit une plateforme d'information, de sensibilisation, de dialogue et de lutte contre les cancers du sein auprès de l'Association Ruban Rose.' At the bottom, it says '0,50€ reversés à l'Association Ruban Rose pour chaque grand macaron framboise acheté' with an image of a pink macaron and raspberries.

A flyer for Augustin 'Bon cadeau' (Gift Card). It features the Augustin logo and a gift box. Text includes 'Augustin L'art du pain BON cadeau'.

A flyer for Augustin '10 délicieuses chouquettes'. It features an image of golden-brown chouquettes. Text includes 'Augustin à le plaisir de vous offrir 10 délicieuses chouquettes. Rendez-vous dans votre boutique Augustin préférée!'.

LA STRATÉGIE MARKETING

À DESTINATION DE NOS CLIENTS

LE KIT FIDÉLITÉ

- Attractivité
- simplicité
- facilité d'adhésion
- La fidélité, génératrice de drive to store



PRATIQUE ÉCOLOGIQUE

Pour fabriquer son pain, AUGUSTIN utilise le **grain du blé**.

Dans une volonté de réemploi des déchets, nous avons choisi de vous offrir ce stylo, dont le corps est conçu en **fibre de paille de blé**.

La paille de blé permet de réduire la quantité de plastique utilisée dans la fabrication.

Il est ainsi **plus respectueux de l'environnement**.

LA STRATÉGIE MARKETING

À DESTINATION DE NOS BOUTIQUES

- 1 newsletter mensuelle
- 1 site internet
- 1 infomag pour chaque évènement produit
- L'animation des fiches Google pour chaque établissement

CAP NEWS
NUMERO 26

MARIETTE CONTINUE SON DÉPLOIEMENT EN ALSACE
Après Kembs, Illzach et Sultz, Mariette poursuit son expansion en s'installant à Bartenheim, une commune du Haut-Rhin, offrant ainsi à ses habitants une nouvelle destination pour découvrir ses produits et son caractère unique !

C'EST LA STAR DES RÉSEAUX SOCIAUX
Le Crookie, fusion gourmande de croissant et cookie, débarque chez Augustin et Mariette. Une explosion de textures et de saveurs qui ravira les amateurs de gourmandises à la recherche de nouvelles expériences gustatives !



LA STRATÉGIE MARKETING

UNE IDENTITÉ DE MARQUE FORTE

- Un sound design signature dans les boutiques
- Des tenues griffées augustin pour l'ensemble du personnel
- Une collection packaging complète



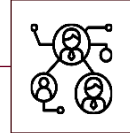


L'ORGANISATION EN BOUTIQUE & LES RESSOURCES HUMAINES

LES MOYENS HUMAINS DANS LES BOUTIQUES

Un personnel polyvalent et motivé

- ▶ Présence d'un boulanger pour façonner et cuire le pain le matin puis de personnel habilité à la cuisson pour les réassorts du soir
- ▶ Tous les salariés participent à la vente et à l'accompagnement des clients pour la meilleure qualité de service



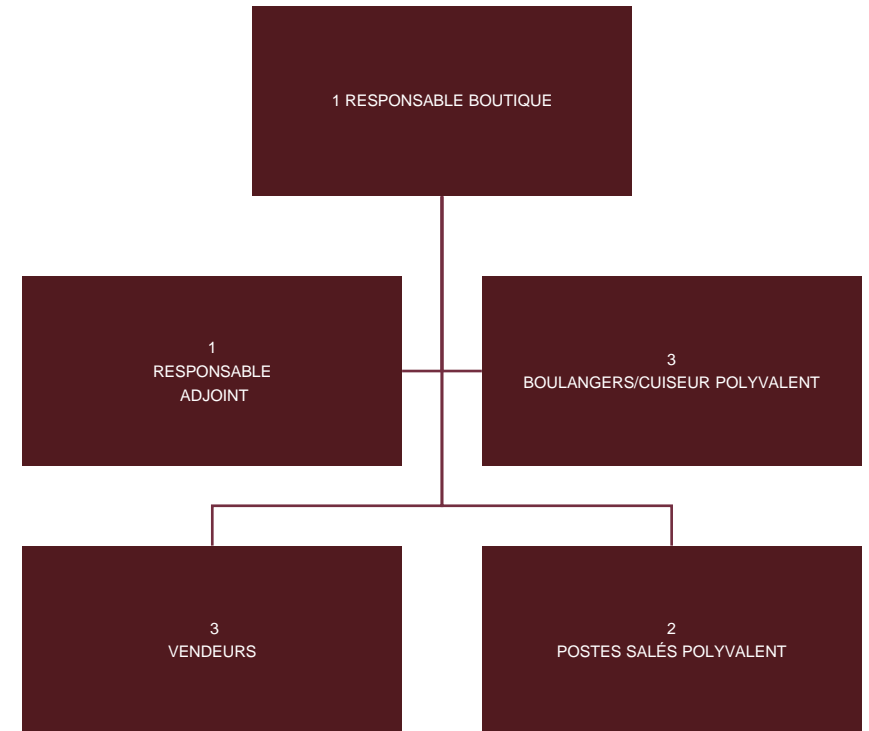
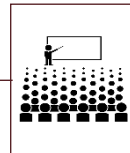
Un programme mis en place pour fidéliser les équipes

- ▶ Primes de résultat
- ▶ Réduction de 50% dans les points de vente du Groupe pour tous les collaborateurs, toute l'année et sur toutes les gammes



Un rôle d'accompagnement indispensable auprès des boutiques

- ▶ Réunion avec les formateurs tous les mois pour déterminer les axes d'amélioration dans chaque boutique
- ▶ Visite mensuelle des boutiques par les responsables secteur



Des salariés fidèles (horaires de travail PLUS SOUPLES, facilité d'accès, équilibre vie privée, etc.)

LA FORMATION AU CŒUR DE LA POLITIQUE RH

POSTES



FICHES DE TÂCHES AVEC MISSIONS QUOTIDIENNES PAR HORAIRE POUR LES ÉQUIPES DU MATIN ET DE L'APRÈS MIDI

MISSIONS

- Commerce et tenue de la boutique
- Gestion de la structure
- Management et encadrement des équipes
- Gestion administrative

- Gestion de commandes
- Poste four – cuisson
- Rôle de commerçant
- Utilisation, rangement et entretien du matériel

- Gestion de commandes
- Préparation des produits
- Entretien du matériel
- Tenue du matériel d'encaissement

- Gestion de la caisse et des stocks
- Mise en place, rangement et fermeture des boutiques
- Vente et mise en places des produits en assurant la relation client

FORMATIONS

- Module administratif
- Gestion des caisses, des ressources humaines et de la communication
- Module hygiène et sécurité alimentaire
- Module opérationnel
- Formation aux postes de boulanger, vendeur, et préparateur salé
- Gestion des commandes
- Module activités annexes
- Gestion des difficultés, de l'inventaire et des intervenants externes

- Module de travail de cuisson
- Mise en place, savoir-faire et technique de cuisson par produit
- Module hygiène et sécurité alimentaire
- Module respect des procédures
- Commandes et réception, rangement et stockage et utilisation des chambres froides
- Module travail connexe
- Production des références salées et sucrées, gestion des caisses

- Module production
- Mise en place, savoir-faire et technique de préparation des produits
- Module hygiène et sécurité alimentaire
- Module gestion des stocks et commandes
- Commandes et réception, rangement et stockage et utilisation des chambres froides
- Module travail connexe
- Formation à la vente et aux encaissements

- Module mise en place du magasin et des produits
- Module hygiène et sécurité alimentaire
- Module commerce
- Formation à la vente et à la relation client
- Module commandes et administratif
- Gestion des caisses et des commandes

EVALUATION

Bilan général de la formation réalisé par un examinateur et le salarié avec certification d'aptitude à la tenue du poste en toute autonomie, signée et datée

LA PRÉSENTATION ORGANISATIONNELLE

LAMSTER

UN LOGICIEL RH DÉDIÉ

- Pour optimiser la gestion de nos ressources humaines et gagner en efficacité.
- Un logiciel qui évolue en temps réel selon la législation en vigueur et les particularités conventionnelles.



LA TÉLÉSURVEILLANCE

RÉSEAU



SECURITAS TECHNOLOGIE : UNE SOLUTION DE TÉLÉSURVEILLANCE PROFESSIONNELLE

- Securitas Technology est leader de la sécurité professionnelle en France
- Permet de protéger clients et collaborateurs
- Aide à la performance car permet l'analyse du flux et ainsi adapter le personnel en conséquence



LA QUALITE & L'HYGIENE

LE SERVICE QUALITÉ

EN AMONT

- Auditer les fournisseurs
- Process de référencement de matières première : demande d'échantillon, test et mis en situation et référencement
- Piloter la mise en place des cahiers des charges matières premières
- Contrôler la qualité sanitaire des matières premières (analyses bactériologiques, contaminants, pesticides,...)
- Suivre les garanties réglementaires (déclarations allergènes, additifs, absence OGM, ...)
- Gérer les non-conformités produits auprès des fournisseurs
- Contrôler les spécifications cahiers des charges des matières premières (poids, grammages,...)

VEILLE RÉGLEMENTAIRE ET GESTION DES ALERTES

- Gérer les alertes des boutiques et matières premières
- Mettre en place des actions suite aux contrôles des services officiels (DDPP)
- Suivre l'évolution des réglementations impliquant les boutiques et les mettre en application (ex : paquet hygiène, allergènes, traçabilité...)

EN AVAL

- Mise en place et suivi des procédures HACCP sur les boutiques via un logiciel de traçabilité, de qualité, et de sécurité alimentaire (E-Pack Hygiène)
- Réalisation d'audits hygiène , qualité et sécurité en interne
- Réalisation d'audits par des partenaires extérieurs (Mérieux/Eurofins)
- Analyse du suivi des résultats des audits hygiène et analyses microbiologiques sur les boutiques par le responsable qualité et mise en place des plans d'action
- Formation des collaborateurs en Hygiène et HACCP (audit ou visite d'accompagnement) par nos services en interne

1 personne en charge de gérer les différents process qualité

LA DÉMARCHE HACCP

ÉVALUER LES DANGERS
SPÉCIFIQUES À UNE
ACTIVITÉ



DÉTERMINER LES
MESURES
PRÉVENTIVES POUR LA
MAÎTRISE DES
DANGERS



CLASSER LES DANGER
EN POINTS CRITIQUES
ET POINTS
DÉTERMINANTS

- Danger biologique (microorganismes, allergènes)
- Danger chimique (pesticides, produits d'entretien...)
- Danger physique (corps étrangers: caillou, insectes...)

LA DÉMARCHE HACCP

HYGIÈNE DU PERSONNEL

- Lavage des mains
- Tenue du personnel
- Santé et hygiène corporelle

HYGIÈNE DES LOCAUX ET DU MATÉRIEL

- Marche en avant
- Procédures de nettoyage et de désinfection
- Gestion des déchets
- Lutte contre les nuisibles

PROCÉDURES ET BONNES PRATIQUES

- La réception (Contrôle MP et prise de température)
- Le stockage des enceintes (Température et rangement)
- La fabrication
- Les conditions de vente

TRAÇABILITÉ

- Conservation des étiquettes d'origine
- Étiquetage des produits entamés

AUTOCONTRÔLES

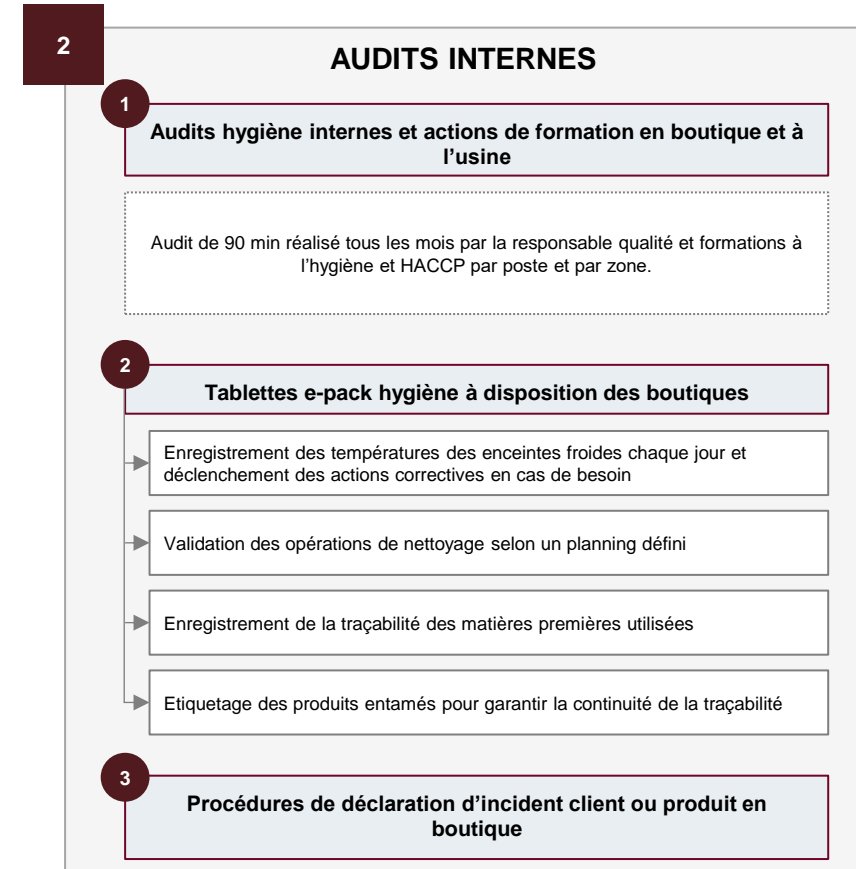
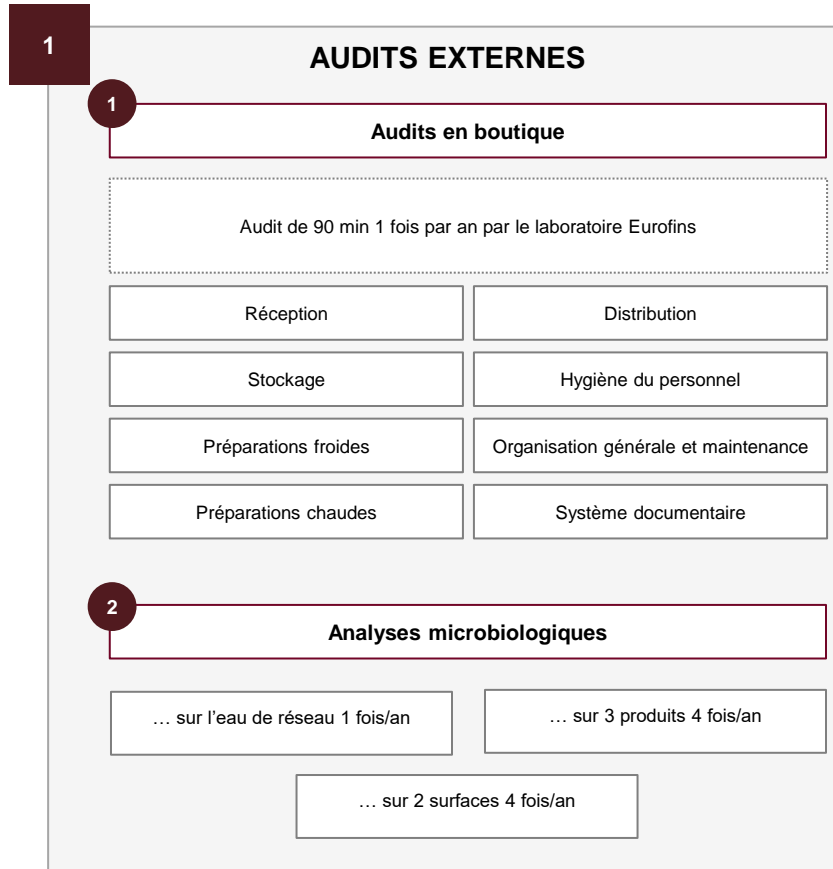
- Internes
- Externes

GESTION DES NON-CONFORMITÉS

OUTILS QUALITÉ

- Les affichages (Protocoles, plans de nettoyage, flocons)
- Les documents d'autocontrôles (Cahiers qualité)
- Autres documents : Manuel des bonnes pratiques d'hygiène, Référentiel Audit hygiène...
- L'information allergènes

DES AUDITS RIGoureux ET RÉGULIERS



Un contrôle en continu qui assure la sécurité sanitaire et la traçabilité des aliments grâce à son système d'information et d'étiquetage

LE CONTRÔLE HYGIÈNE ET QUALITÉ

E-PACK HYGIÈNE

Nouvelle réglementation européenne sur les allergènes

Les restaurateurs doivent être en mesure de présenter à leurs clients un document listant les allergènes présents dans leurs plats.

Cette obligation concerne 14 allergènes

- | | | |
|------------------------------|-------------------|--------------------------------|
| Lait | Fruits à coques | Mollusques |
| Œufs | Arachides | Crustacés |
| Soja | Lupin | Poissons |
| Céleri | Moutarde | Anhydride sulfureux et sulfite |
| Céréales contenant du gluten | Graines de sésame | |

De nombreux professionnels sont inquiets sur les modalités de mise en œuvre...

- Comment se mettre en conformité sans rendre sa carte illisible et antihygène ?
- Que faire quand on travaille à l'ardoise, avec des menus et des recettes qui changent chaque jour ?

Abonnez-vous directement en ligne sur epack-allergen.fr



CHRnumérique
Innovation et technologie au service des métiers de bouche
02 29 62 64 40

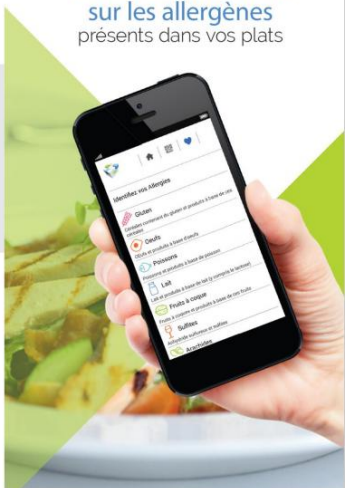
13, avenue Georges Clémenceau - 29 200 Brest
service-vente@epack-hygiene.com



e-pack Allergen



1^{ère} solution numérique pour répondre à votre **devoir d'information sur les allergènes** présents dans vos plats

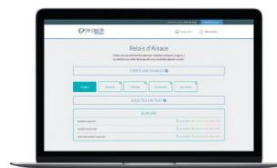


e-pack Allergen

La façon la plus souple et moderne de répondre à vos obligations et de satisfaire vos clients !

Une solution imaginée pour simplifier la vie des restaurateurs

ePack Allergen vous permet directement sur internet de créer la carte de votre établissement mentionnant les allergènes contenus dans chacun de vos plats et de la mettre à jour à tout moment.



- | | | |
|--|---|---|
| SÉCURITÉ
Vous accédez à un espace web 100 % dédié à votre établissement. | SIMPLICITÉ
Vous créez votre carte et y associez les allergènes en quelques clics. | SOUPLESSE
Les mises à jour de votre carte sont prises en compte instantanément. |
|--|---|---|

N'hésitez plus, mettez-vous en conformité simplement et rapidement !

Pour créer votre carte, c'est simple !

1 Abonnez-vous sur epack-allergen.fr

Vos identifiants de connexion personnels vous sont envoyés par e-mail.

2 Créez votre carte des allergènes

- Créez vos familles (ex. entrées, burgers, desserts...)
- Ajoutez vos plats et cochez les allergènes en présence
- Mentionnez également l'origine de vos viandes et les plats « faits maison »

3 Générez et imprimez vos QR codes

- Directement via votre boîte à outils
- Téléchargez-les ou imprimez-les au format souhaité (étiquette, A4...)
- Puis collez-les sur votre carte, à l'accueil de votre restaurant

Toutes les mises à jour réalisées sont prises en compte et consultables instantanément via le QR code.

Une satisfaction client optimale

Sur leur smartphone ou sur une tablette mise à leur disposition en restaurant, vos clients souffrant d'allergies ou d'intolérances alimentaires peuvent scanner le QR code et consulter la liste des plats à risque ou non.

“ Je peux présenter à mes clients la liste des allergènes de façon simple et répondre à mon devoir d'information ”



“ En un clin d'œil et en toute discrétion, je sais quels plats je dois éviter. ”



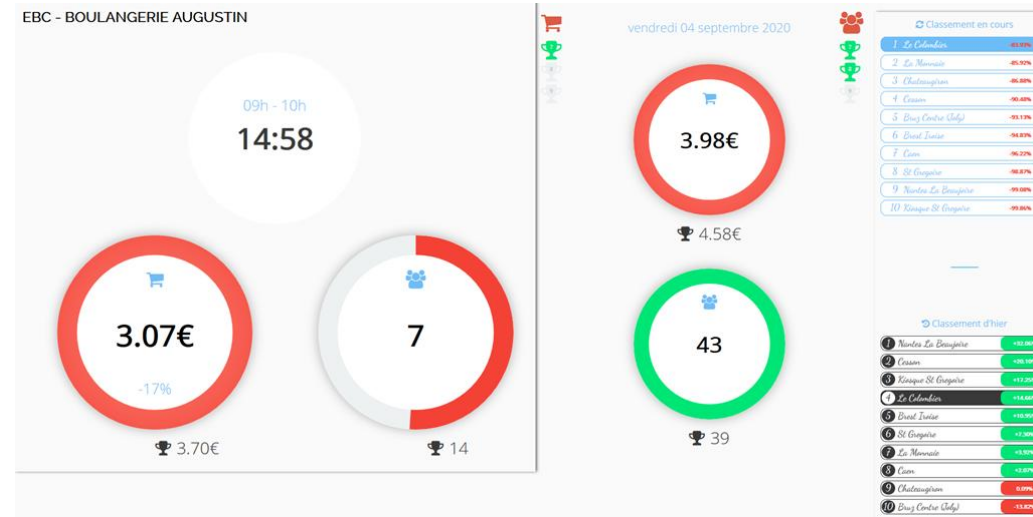
Voir la vidéo ePack Allergen



LE SYSTÈME DE CAISSE, & L'ANALYSE DE LA PERFORMANCE

LE REPORTING OPÉRATIONNEL

POUR LES BOUTIQUES ET LES EQUIPES



Chaque boutique est équipée d'un écran diffusant en continu les objectifs journaliers (cf. ci-dessus) :

1- Partie gauche : on compare le réalisé en instantané (données inscrite au centre du rond) par rapport aux objectifs de panier moyen et de flux à réaliser dans l'heure (données inscrites sous le rond). Si celui-ci est atteint, le rond apparaît en vert, sinon en rouge.

2- Partie centrale : on compare le réalisé en instantané par rapport aux objectifs de panier moyen et de flux cumulés sur la journée.

Dans la colonne de gauche, un icône sera inscrit en vert si les objectifs de panier moyen ont été réalisés selon l'heure de référence.

Dans la colonne de droite, un icône sera inscrit en vert si les objectifs de flux ont été réalisés selon l'heure de référence.

3- La partie droite présente un classement entre les boutiques.

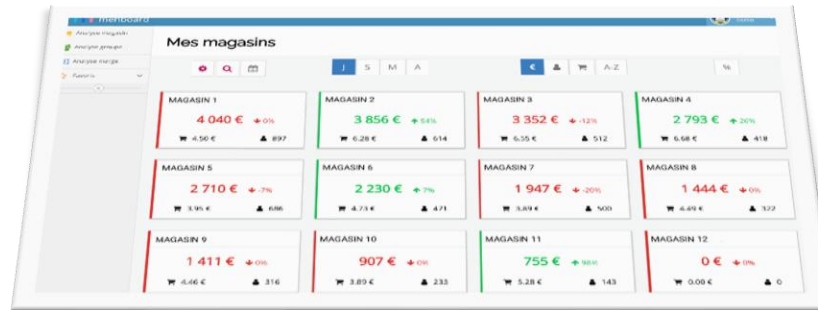
Classement en haut à droite : on constate la variation de chiffre d'affaires en cours entre le réalisé à l'instant T et l'objectif défini à l'instant T.

Classement en bas à droite : on constate la variation de chiffre d'affaires entre le réalisé sur la journée précédente et l'objectif défini sur la journée précédente.

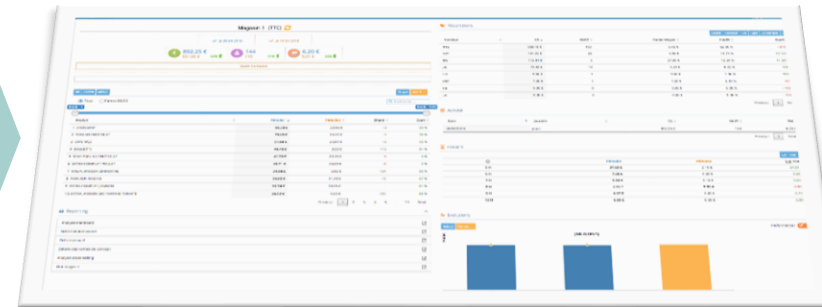
LE REPORTING OPÉRATIONNEL

POUR LES FRANCHISES, LES RESPONSABLES SECTEUR & LE MANAGEMENT

INTERFACE « MES MAGASINS »
APERÇU DE LA PERFORMANCE DES MAGASINS



INTERFACE « TABLEAU DE BORD » : HISTORIQUE DES DONNÉES



- **SYNTHÈSE** : Suivi de la performance sur les 3 KPIs clés que sont le CA, le panier moyen et le nombre de ventes
- **PARAMÉTRABLE** : Affinage par magasin, par période (jour, semaine, mois, année), type de valeur (HT, TTC, moyennes, marges, etc.)
- **COMPARABILITÉ** : Affichage des données par périodicité jusqu'à la tranche horaire
- **FILTRAGE** : Sous forme de « tags » (exemples : « pains au chocolat », « 8h », « sandwiches », etc.)
- **REPORTING** : Téléchargement des extractions de données au format pdf

The screenshot shows a dashboard titled 'Horaire' with a table of hourly sales data. The table has columns for 'Période1', 'Période2', and 'Ecart'. The data is as follows:

	Période1	Période2	Util. Ecart
5 H	112.81 €	15.48 €	97.33 €
6 H	138.35 €	59.95 €	78.40 €
7 H	250.53 €	196.94 €	53.59 €
8 H	212.84 €	215.65 €	-2.81 €
9 H	163.92 €	63.00 €	100.92 €
10 H	147.04 €	143.95 €	3.09 €
11 H	318.52 €	451.84 €	-133.32 €
12 H	1 145.08 €	1 196.79 €	-51.71 €
13 H	812.52 €	755.16 €	57.36 €
14 H	147.05 €	133.18 €	13.87 €

Une vision fine et complète de la performance commerciale : un suivi en temps réel

LE REPORTING OPERATIONNEL

DES SYSTÈMES CONSTRUITS POUR CONSOLIDER LES PRATIQUES COMMERCIALES ET LE REPORTING

RÉSEAU

MENCOMSI, LA SOLUTION DE GESTION DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE DES BOULANGERIES

- Menlog est leader de l'édition et de la commercialisation du système d'encaissement et d'information en boulangeries-pâtisseries et établissements multisites
- Une solution d'encaissement intégrale qui permet de gérer tous les encaissements, saisir les commandes, faire des mises en compte, gérer les formules et les prix promotionnels à l'aide d'un système de saisie simple et intuitif
- Toutes les boutiques sont équipées d'un service de vente en instantané avec la possibilité d'extraire toutes les ventes, tous les produits, par poids, par tranche horaire, par vendeur, etc.
- Ce système d'information est également utilisé en mobilité sur smartphone ou PC





LES ACHATS, LA GESTION
DES STOCKS & DES COMMANDES

UN SERVICE ACHAT CENTRALISE

1. **Optimisation des Coûts** : Bénéficiaire de tarifs avantageux grâce à notre pouvoir d'achat consolidé.
2. **Qualité des Produits Garantie** : Sélection rigoureuse des fournisseurs pour assurer une qualité constante.
3. **Simplification des Procédures** : Processus d'approvisionnement simplifié pour les succursales et les franchisés.
4. **Gestion des Stocks Optimisée** : Suivi en temps réel des niveaux d'inventaire pour éviter les ruptures et les surplus.
5. **Système de gestion des achats** : Mise en place un système informatisé de gestion des achats pour suivre les commandes, gérer les stocks, et des prévisions de demande pour optimiser les niveaux d'inventaire.
6. **Support Expert** : Assistance dédiée pour répondre aux besoins spécifiques et aux préoccupations des succursales et des franchisés.

Livraison journalière des boutiques fournissant 65% de l'offre proposée aux clients



UNE RELATION DE PROXIMITÉ, DURABLE AVEC NOS FOURNISSEURS

- Des farines 100% françaises et des farines bio provenant de la Minoterie Suire, acteur historique dans la filière Bio, leader et acteur historique de la farine biologique depuis 1979
- Des fournisseurs locaux, par exemple :
 - Le Verger de L'Écloseil à Nouvoitou pour les pommes entrant dans la composition de nos pâtisseries, verger exploité de façon pérenne et raisonnée depuis trois générations,
 - Le GAEC de La Grée à Saint Germain sur Ille pour le lait,
 - La ferme du Coglais à Saint Brice en Coglès pour les œufs.
- Des achats fruits et légumes engagés grâce au partenariat avec Vivalya, coopérative de grossistes alimentaires de proximité.
- Des imprimeurs géographiquement proches pour diminuer le transport et les émissions CO2, adhérant à Imprim'Vert, utilisant des encres végétales, des papiers recyclés et certifiés

LA GESTION DES STOCKS ET DES COMMANDES

RÉSEAU

PASSER LES COMMANDES, RÉALISER LES INVENTAIRES, PILOTER SES OUTILS DE GESTION DU QUOTIDIEN

- Pour utiliser ce système, notre groupe a fait le choix d'utiliser le système Inpulse avec des tablettes et ceci pour faciliter l'utilisation du personnel au quotidien
- Inpulse permet un passage de commande éclair avec les quantités adéquates, et une centralisation des achats dans un seul outil
- On peut :
 - Générer de bons de commande
 - Envoyer aux fournisseurs par email ou par connexion EDI
 - Faire le contrôle à réception des marchandises
 - Remonter des inventaires en unité et colisage, par zone de stockage ou par fournisseur



Augustin

L'ANIMATION RESEAU

LA FORCE D'UNE EQUIPE AU SERVICE DES FRANCHISES

UNE ÉQUIPE D'EXPERTS DU DÉVELOPPEMENT

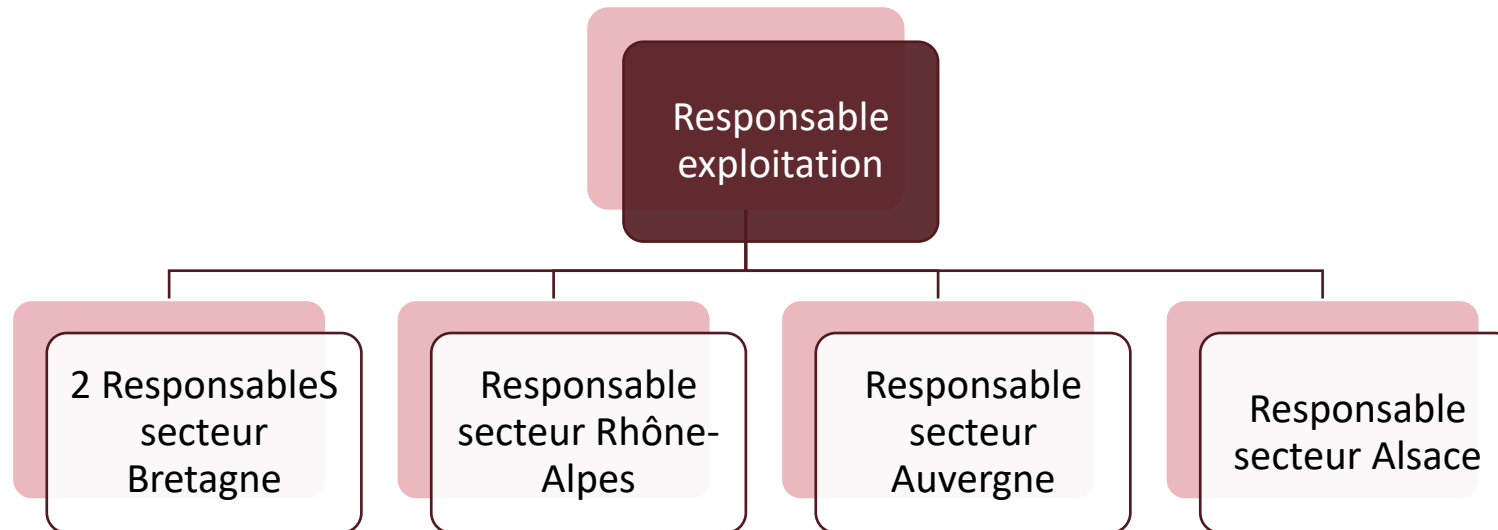
- DÉVELOPPEMENT & EXPANSION
 - Mise en place des partenariats franchise.
 - Accompagnement dans la recherche d'emplacements.
 - Accompagnement dans le développement des futures boutiques
- TRAVAUX
Réalisation des avant-projets sommaires (plan d'aménagement, élévations, 3D, cahier des charges matériels et équipements...).
- FORMATION
Mise en place d'une formation initiale adaptée aux besoins de nos partenaires

UNE ÉQUIPE D'EXPERTS DE L'EXPLOITATION

- SUIVI OPÉRATIONNEL
 - Mise à disposition d'outils opérationnels et de contrôle pour la mise en place d'une démarche qualité exigeante.
 - Accompagnement opérationnel régulier par un Responsable de Région expert de la marque.
 - Coordination quotidienne avec l'ensemble des services supports
 - Suivi des performances économiques.
- PRODUIT, MARKETING ET COMMUNICATION
 - Développement constant d'une excellence produit (qualité et innovation)
 - Marketing et communication : mise à disposition d'une large gamme d'outils pour mettre en valeur nos produits, dynamiser nos points de vente et fidéliser notre clientèle.
- ACHAT ET LOGISTIQUE
Mise à disposition d'une plateforme d'achat unique et performante.

L'ANIMATION RESEAU

Sur chaque région, nous avons des responsables de secteur.
Ce sont des interlocuteurs privilégiés pour tout ce qui concerna le suivi et l'animation des boutiques, succursales ou franchisées.

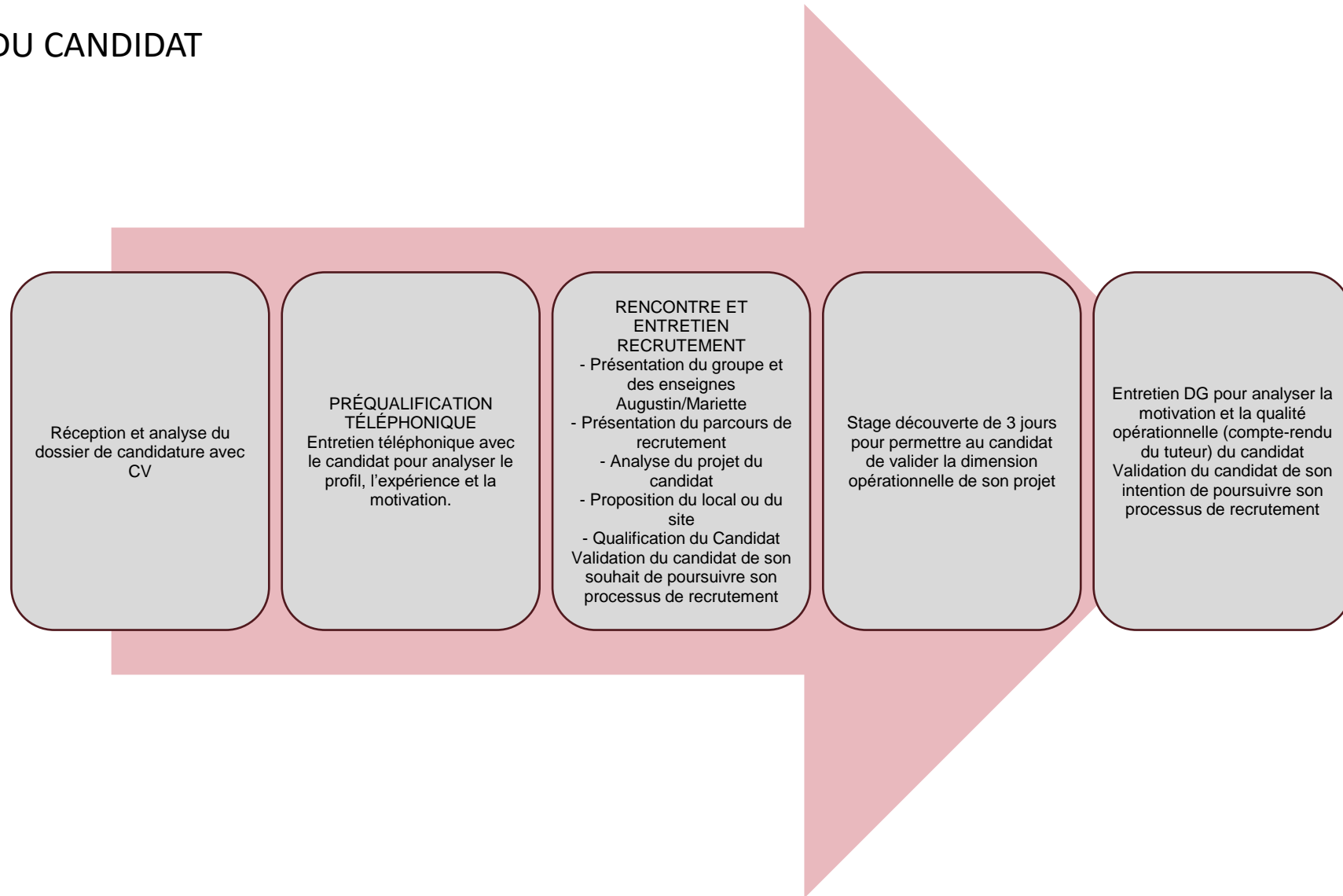


Augustin

LA PROCÉDURE
DE RECRUTEMENT FRANCHISE

LA PROCÉDURE DE RECRUTEMENT

QUALIFICATION DU CANDIDAT



LA PROCÉDURE DE RECRUTEMENT

LE PROFIL DU FUTUR FRANCHISÉ

DISPOSITIONS :

- Manifestant une réelle envie de nous rejoindre
- Disposant d'un apport financier suffisant (100 à 150 K€ minimum dans le cadre d'une création)
- Mobile ou à grande proximité d'un projet
- Soutenu par sa famille dans son projet

COMPETENCES :

- Commerçant : sens client, sens de l'accueil et du détail, soigneux
- Commercial : capacité à tisser du réseau, à être un acteur local et à aller chercher du client à l'extérieur
- Manager : capacité à gérer une équipe de 10 personnes, pédagogue
- Dynamique et véhiculant une bonne image de l'enseigne
- Gestionnaire : sachant compter, et sans le faire au détriment du business

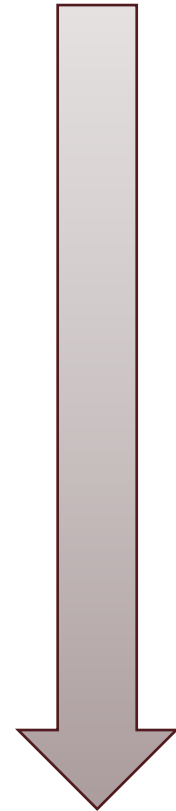
L'expérience en restauration n'est pas un prérequis

VALEURS :

- Collectif : sens du partage, humilité, capacité à respecter les règles
- Authentique : honnête, simple, direct dans la relation
- Responsable : assume ses choix et ses actes
- Travailleur, courageux

LES ÉTAPES

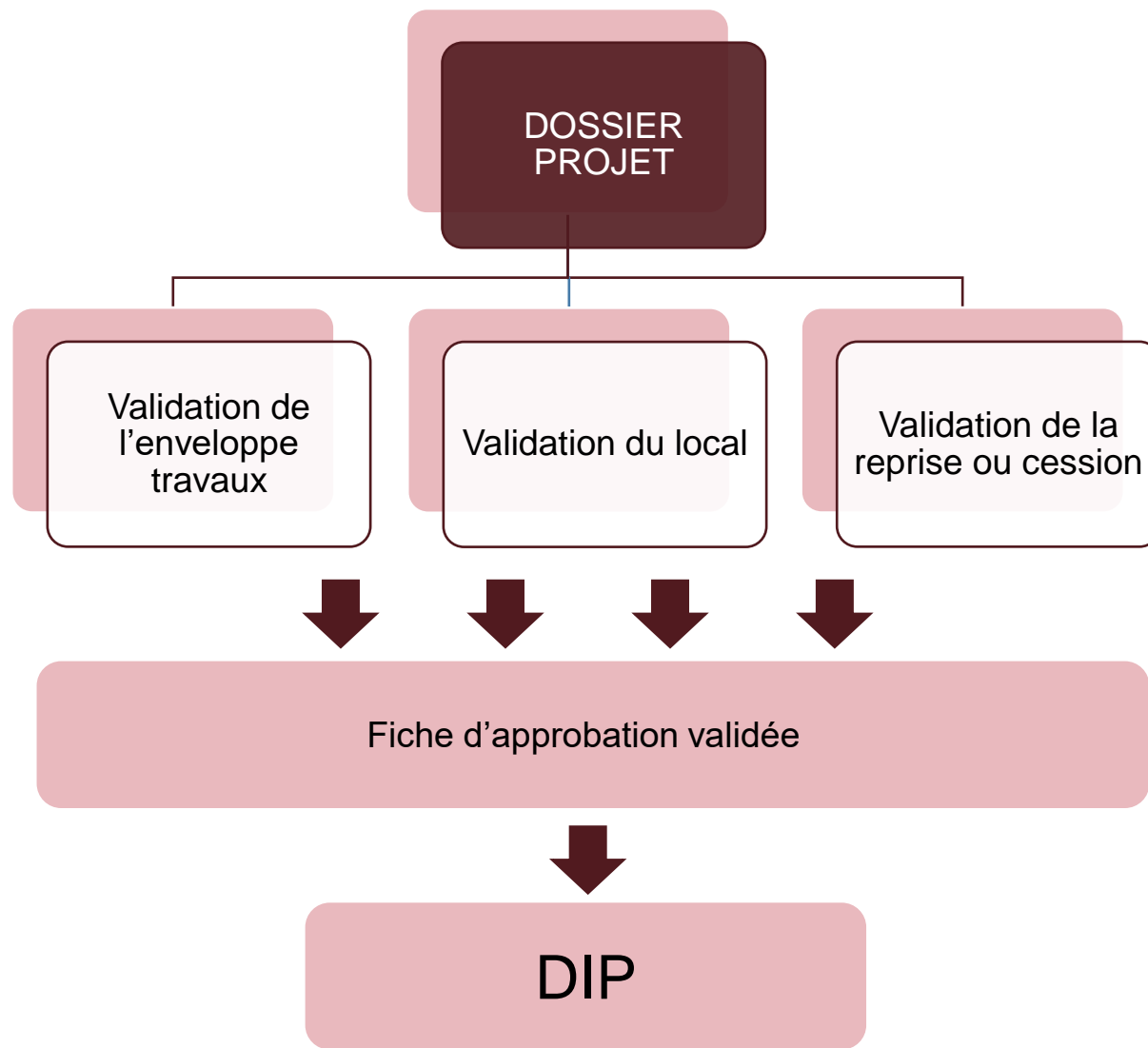
1. SOURCING
2. PRÉ QUALIFICATION
3. RDV RECRUTEUR
4. IMMERSION
5. RDV R.R.
6. RDV DR/C.F.
7. RDV DG
8. VALIDATION



LE PROJET

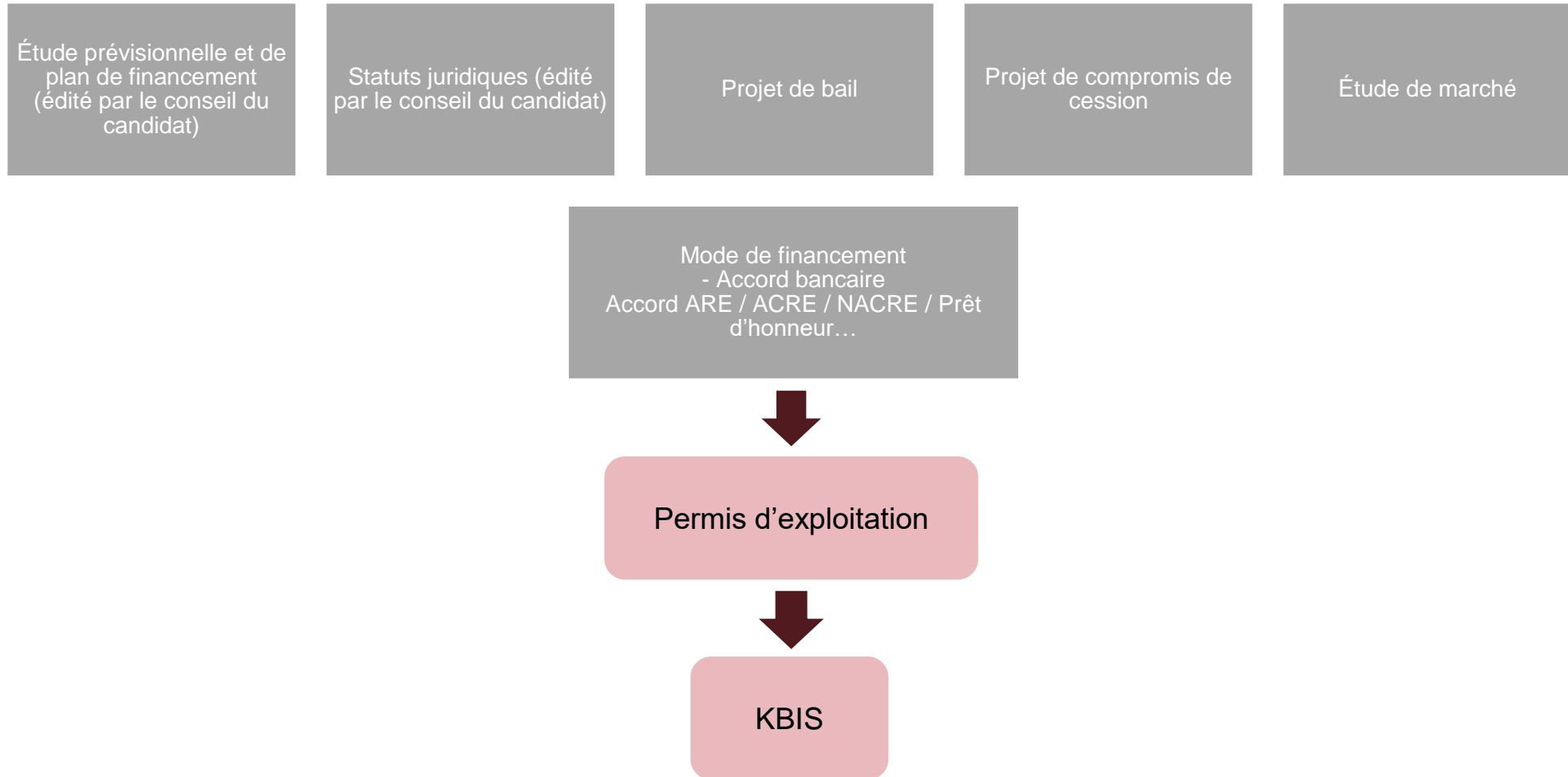
LA PROCÉDURE DE RECRUTEMENT

VALIDATION DU PROJET



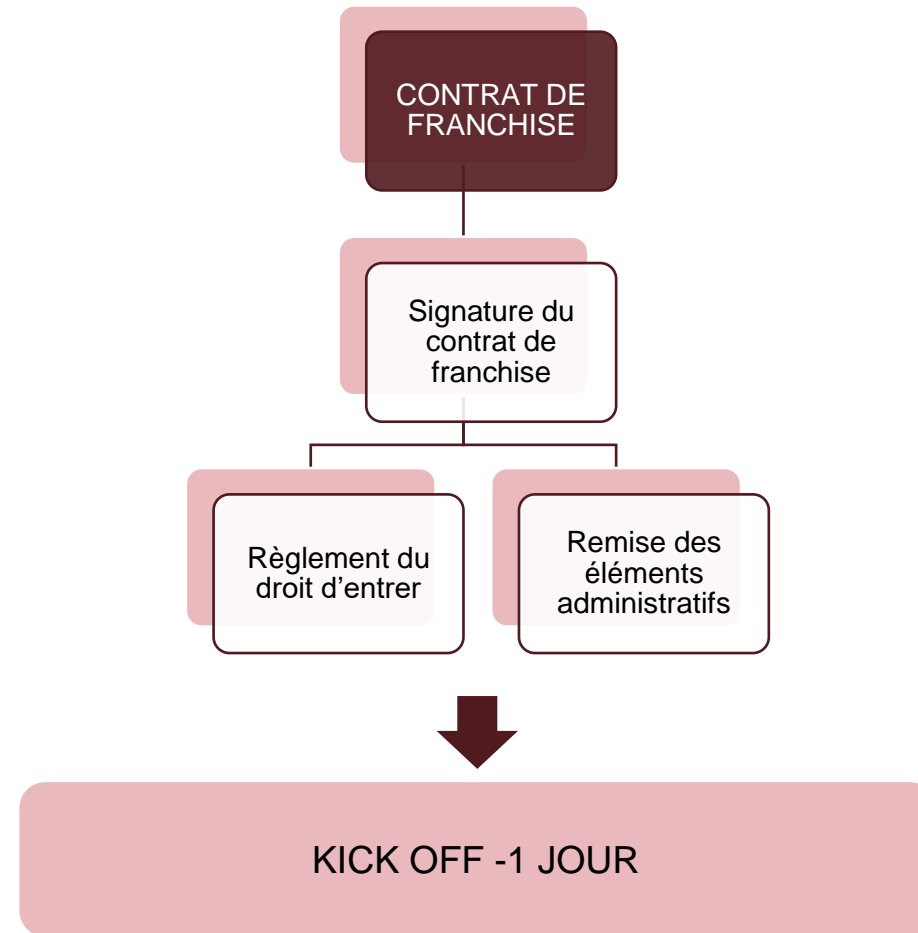
LA PROCÉDURE DE RECRUTEMENT

MISE EN PLACE DU PROJET



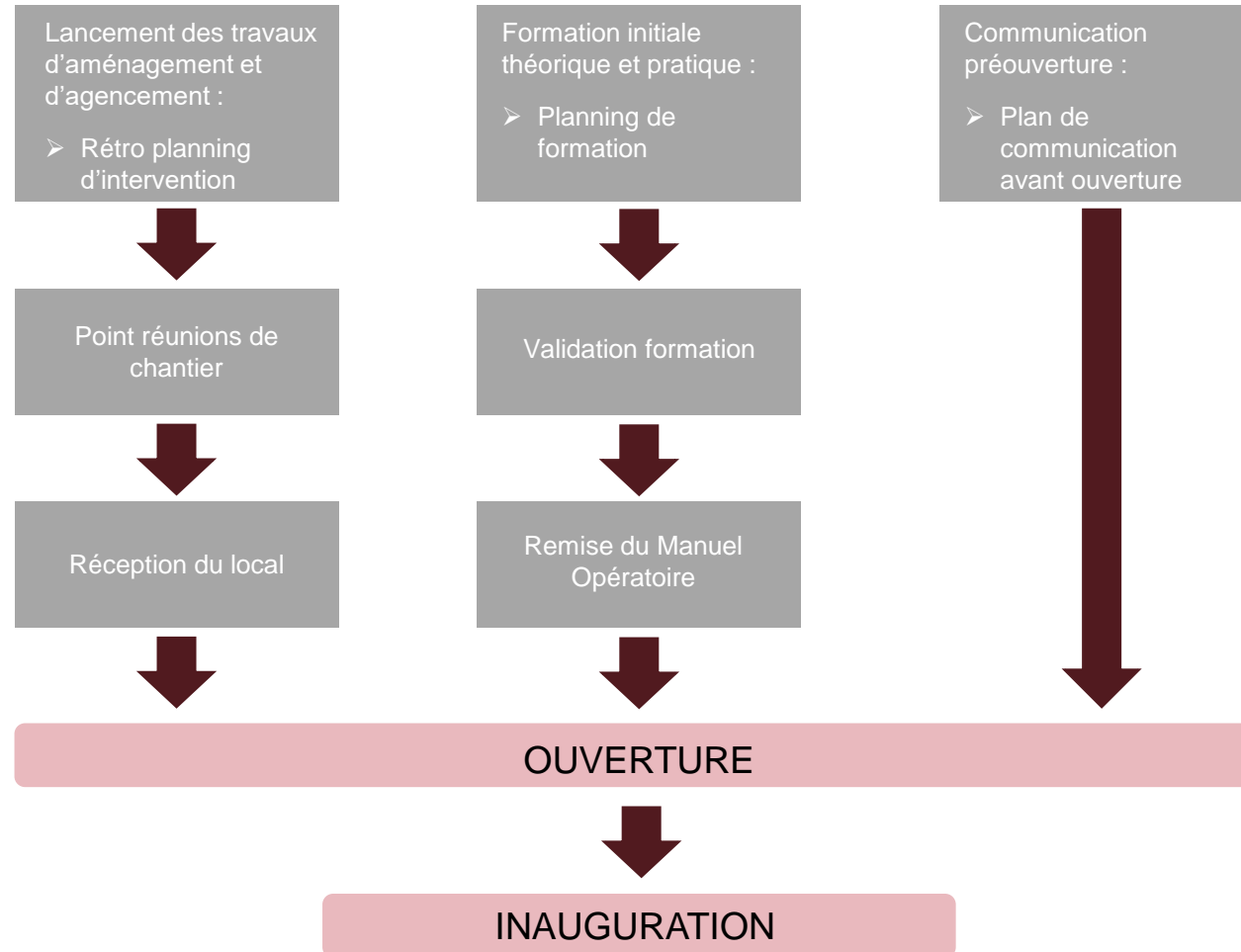
LA PROCÉDURE DE RECRUTEMENT

SIGNATURE DU CONTRAT DE FRANCHISE



LA PROCÉDURE DE RECRUTEMENT

SUIVI OPÉRATIONNEL AVANT OUVERTURE



Augustin

ÉLÉMENTS FINANCIERS

BUSINESS MODEL BOUTIQUE

➤ Augustin – Un Objectif de 20% A 25% D'EBITDA (700 k€ de ca pour une boutique 6j/7j)

Boutique - multi-géographique (centre-ville, périphérie, centre commercial, etc.)

INFORMATIONS CLÉS :

- ▶ Adresse : A définir par l'enseigne
- ▶ Surface : A définir par l'enseigne
- ▶ Surface de vente : A définir par l'enseigne
- ▶ Effectifs : 6,5 ETP
- ▶ Fréquentation : 450 clients / jour
- ▶ Ticket moyen : 4,30 € H.T. à 7,10 € H.T.
- ▶ Parking : A définir par l'enseigne
- ▶ Immobilier : Bail commercial 3-6-9 ans
- ▶ Objet du bail : Boulangerie – terminal de cuisson – Rest. rapide

INFO CLIENTÈLE :

A définir par l'enseigne

AXES D'OPTIMISATION :

- ▶ Ouverture 7/7 jours
- ▶ Ouverture d'une terrasse
- ▶ Places assises

N	Montant	% de CA
Chiffre d'affaires	700 k€	100 %
Achats consommés (dont Aug'Unit)	(280) k€	(40) %
Frais de personnel	(175) k€	(25) %
Loyers & Charges locatives	(35) k€	(5) %
Autres achats et charges externes	(70) k€	(10) %
EBITDA	140 k€	20 %

Les données présentes dans ce document sont fournies à titre indicatif et pourront être ajustées en fonction des spécificités de chaque projet.

Augustin

INVESTISSEMENTS ET REDEVANCES

INVESTISSEMENTS ET REDEVANCES

Droit d'entrée
➤ 15 000 €HT

Formation Initiale 1 ou 2 personnes
➤ 15 000 €HT

Les données présentes dans ce document sont fournies à titre indicatif et pourront être ajustées en fonction des spécificités de chaque projet.

INVESTISSEMENTS ET REDEVANCES

LOCAL DE 150 M²

INVESTISSEMENTS (Hors droit au Bail/Fonds de Commerce)

- | | |
|-------------------------------|--------|
| ▪ Travaux, Matériel, Mobilier | 400 K€ |
| ▪ Droit Entrée Franchise | 15 K€ |
| ▪ Formation Initiale | 15 K€ |

COUT MOYEN	430K€
------------	-------

APPORT	25 / 30 %
--------	-----------

Les données présentes dans ce document sont fournies à titre indicatif et pourront être ajustées en fonction des spécificités de chaque projet.

INVESTISSEMENTS ET REDEVANCES

Formation Initiale du Personnel

➤ 2 000 €HT

Assistance à l'Agencement
et au démarrage de l'exploitation

➤ 5 000 €HT

Les données présentes dans ce document sont fournies à titre indicatif et pourront être ajustées en fonction des spécificités de chaque projet.

INVESTISSEMENTS ET REDEVANCES

REDEVANCES : 5%

Redevance
Savoir-Faire

- 1,5 % du CA mensuel HT

Redevance d'Assistance

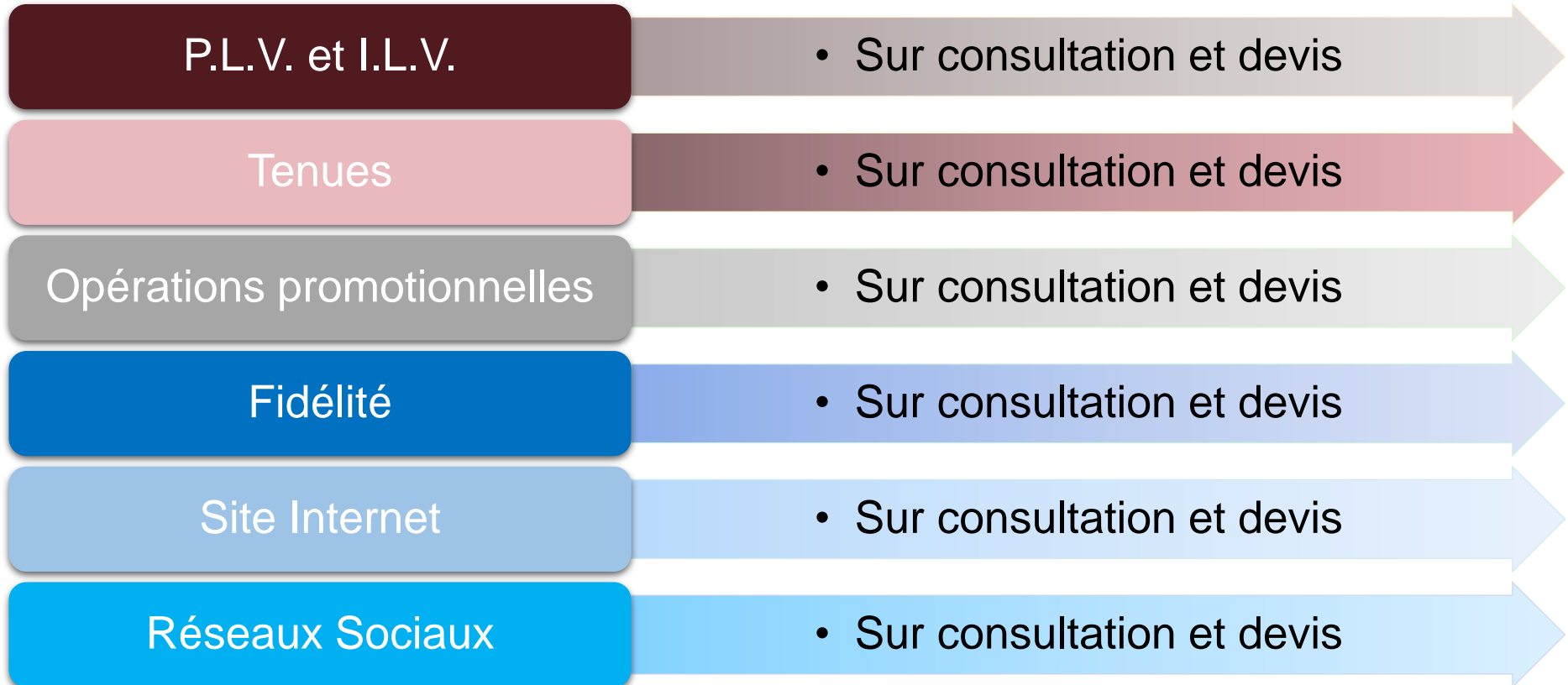
- 1,5 % du CA mensuel HT

Redevance de Marque

- 2 % du CA mensuel HT

INVESTISSEMENTS ET REDEVANCES

MARKETING / COMMUNICATION



NOS ADHESIONS :



NOS PARTENAIRES :



NOS PARTENAIRES BANCAIRES :



BNP PARIBAS



Nous contacter pour la mise en relation