

Le Groupe BC-CAP poursuit son développement : 12 ouvertures en cours, déploiement du concept de cafétéria Mariette, recrutement en R&D et produits inédits.

En cette Journée Mondiale de la Franchise, le Groupe BC-CAP (enseignes AUGUSTIN et MARIETTE) affirme sa dynamique avec des actualités fortes. Entre développement soutenu du réseau, innovations portées par de nouveaux talents et expansion dans la restauration universitaire, le Groupe confirme sa dynamique et son ambition : proposer une boulangerie-pâtisserie moderne, accessible et performante, sans compromis sur la qualité ni sur l'expérience client.

À l'occasion de la Journée Mondiale de la Franchise, focus sur un modèle qui réussit.

Les franchises AUGUSTIN et MARIETTE se développent et se démarquent par leur positionnement, l'art de faire du bon pain sans les contraintes traditionnelles du métier : 2 concepts à la fois distincts et complémentaires, un modèle de développement unique sur le marché.

AUGUSTIN vise une clientèle urbaine et exigeante, notamment en centre-ville, avec un modèle premium et une offre de produits artisanaux. La transparence, la flexibilité (95% des pains vendus au poids) et l'expérience client personnalisée font partie des éléments clés de son succès.

MARIETTE s'adresse à une clientèle familiale, en périphérie et en entrée de ville, avec une approche traditionnelle, généreuse et accessible avec le 3=4. L'enseigne crée une atmosphère conviviale et offre des produits gourmands à des prix abordables, parfaits pour les moments conviviaux.

BC-CAP offre à ses franchisés un retour sur investissement sécurisé et une réelle opportunité dans le secteur de la boulangerie-pâtisserie. Les 53 points de vente (29 Augustin et 24 Mariette) génèrent entre 950k et 1,2 million d'euros de CA par an chacun pour un panier moyen de 5 à 8€ et un minimum de 450 clients journaliers.

« **Douze projets en cours, douze histoires qui commencent.** Ce ne sont pas seulement des boutiques qui ouvrent, ce sont des entrepreneurs qui s'engagent, des équipes que nous formons, des quartiers que nous dynamisons. À Vitré, une nouvelle boutique MARIETTE ouvre ses portes, fidèle à notre identité bretonne. À Menton, nous reprenons un emplacement stratégique de la Brioche Dorée, que nous transformons en boutique AUGUSTIN pour y insuffler notre savoir-faire et notre énergie. Chez AUGUSTIN et MARIETTE, on ne vend pas un simple concept : on construit un véritable projet de vie avec chaque franchisé. Nous choisissons les bons emplacements, challengeons les modèles, et restons proches du terrain. Le développement, ce n'est pas une course aux mètres carrés. C'est une croissance choisie, au bon endroit, avec les bonnes personnes. En 2025, ce sont 12 ouvertures qui incarnent cette vision », explique Régis HALBERT – Directeur du Développement.

11 juin - Journée Mondiale de la Franchise

La première édition a lieu en France ce mercredi 11 juin 2025. Elle est initiée par le World Franchise Council qui regroupe les associations de franchise du monde entier, dont la Fédération Française de la Franchise.

L'occasion de mettre en lumière les apports concrets du modèle de la franchise dans le monde entier :

- Dynamisme économique
- Transmission de savoir-faire
- Création de valeur locale
- Accompagnement à l'entrepreneuriat
- Valorisation de la franchise en France.



Régis HALBERT

MARIETTE débarque sur les campus Rennes I à la rentrée.

Le Groupe se développe également sur une autre de ses activités : pas moins de **5 cafétérias universitaires MARIETTE ouvriront à Rennes dès la rentrée de septembre.**

La marque a été retenue pour occuper le campus de Rennes I, celui de l'IGR et de la Fac de Droit. Elle a su retenir l'attention car son image correspond parfaitement à l'univers étudiant. Avec son concept alliant tradition et modernité, MARIETTE incarne une boulangerie-pâtisserie conviviale, accessible et dynamique. Déjà présente sur plusieurs sites, notamment sur le campus de Ker Lann et la Faculté des Métiers de la CCI Ille-et-Vilaine, elle s'engage à offrir une restauration gourmande, fraîche et de qualité, favorisant des moments de partage et de convivialité au sein du campus. La différence avec la boutique classique : répondre aux besoins de restauration du personnel et des étudiants des campus tout au long de la journée. L'accent est ainsi mis sur le snacking et les desserts, avec une restauration à emporter ou sur place.

Dès le matin, une gamme complète de viennoiseries et de boissons chaudes et froides permettra aux clients de bien commencer la journée. Le midi : une large variété de produits salés, incluant sandwiches, wraps, tacos, pizzas, salades et quiches, afin de satisfaire toutes les préférences alimentaires. L'après-midi, l'accent est mis sur la gourmandise, avec un large choix de pâtisseries artisanales et desserts, accompagnés de boissons adaptées aux envies du moment. Consciente des contraintes budgétaires des étudiants, MARIETTE a veillé à proposer une tarification accessible, permettant à chacun de bénéficier d'une offre de restauration de qualité à un prix abordable : des ingrédients toujours rigoureusement sélectionnés, du pain au levain 100% naturel, des farines françaises issues de filières responsables, ainsi que des viandes labellisées. Une attention particulière est portée aux nouvelles tendances alimentaires, avec une offre végétarienne et vegan, garantissant une restauration inclusive et adaptée aux attentes.



À la croisée des saveurs : de nouveaux visages pour donner du peps à l'offre AUGUSTIN et MARIETTE.

« La boulangerie de demain se construit aujourd'hui. Chez BC-CAP, notre ambition est claire : réinventer la restauration boulangère, pour la rendre moderne, accessible, sans jamais transiger sur la qualité. Innover est une nécessité. C'est pourquoi nous avons renforcé notre pôle Recherche & Développement. Nous repensons sans relâche nos produits, nos formats et l'expérience en boutique. Notre objectif : répondre toujours mieux aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui... et de demain. Je suis convaincu que l'avenir de la boulangerie passe par trois engagements majeurs : une filière responsable, une expérience client repensée, et une implication totale à chaque étape de la chaîne de production. C'est dans cette direction que nous avançons chaque jour, avec passion et détermination », commente Boris CALLE, Président du Groupe BC-CAP, membre du Conseil d'administration de la FEB.



Boris CALLE

Afin d'apporter du **dynamisme, de la modernité et de la nouveauté au sein de son outil de production Aug'Unit, le Groupe a intégré récemment 3 nouvelles recrues.** Le développement et les tests sur de nouvelles gammes de produits sont en cours pour des lancements attendus à la rentrée de septembre dans les points de vente AUGUSTIN et MARIETTE.

En pâtisserie, c'est Mathieu ROUILLÉE qui a intégré l'équipe. Il a exercé dans la restauration étoilée, l'événementiel haut de gamme pour des grandes marques de luxe à Paris et dans le surgelé haut de gamme à l'échelle internationale. Sa curiosité du métier sera au service du Groupe pour créer de nouveaux produits, découvrir et essayer de nouvelles techniques, goûter de nouvelles saveurs. Nouvelles gourmandises, revisite des classiques et les mythiques bûches de Noël sont au programme.

Pour ce qui est du très tendance « snacking », c'est Jérémie HERNANDEZ qui complète désormais les rangs. Chef en hôtellerie 5 étoiles, restaurateur puis adjoint en R&D, il a appris le métier sur le terrain. Le travail de l'assaisonnement, de la couleur, des associations de goûts sont ses secrets pour apporter de l'originalité. Au sein d'Aug'Unit, sa mission sera d'adapter des produits tendance de la restauration traditionnelle à de l'emporter, en les rendant plus gourmands. À ce titre, des nouveautés au gout d'Italie ou d'Amérique sont attendues.

Enfin, Jordan MARTIN est le dernier nouveau membre de l'équipe boulangerie. Le travail du pain : c'est sa vocation. Ses expériences à l'international lui ont montré l'exigence, la rigueur et la sincérité de son métier. Aujourd'hui, l'envie de transmettre du plaisir et de créer avec des ingrédients simples l'âme. Tout en apportant une amélioration continue des produits signatures, il va structurer une offre boulangère à la fois créative et fidèle à l'ADN du Groupe.



Mathieu ROUILLÉE



Jérémie HERNANDEZ



Jordan MARTIN

Prochaines nouveautés en boutique :

Cookies gourmands nappés le 16 juin
Tarte aux Fraises 6/8 personnes le 18 juin
Donut pâtissier le 30 juin



À propos de BC-CAP :

Basé en Bretagne, le Groupe compte 400 collaborateurs pour un CA de 35 millions d'euros. À Châteaugiron (35), sur un site de 6 500m², Aug'Unit est un outil industriel unique dédié à la panification et à l'élaboration d'une large gamme de pâtisseries. Cette production est dédiée à des professionnels (retail et B2B) et aux 2 enseignes du Groupe. Augustin, marque historique créée en 2007, avec un positionnement premium, visant une cible d'urbains actifs ayant un pouvoir d'achat relativement élevé, et recherchant le « beau produit » de qualité. Mariette, marque créée en 2021, plus accessible, pour un public d'actifs périurbains, un public familial, chacun recherchant le « bon rapport qualité/prix ».

