

en 2024

La Mie Câline
s'engage pour

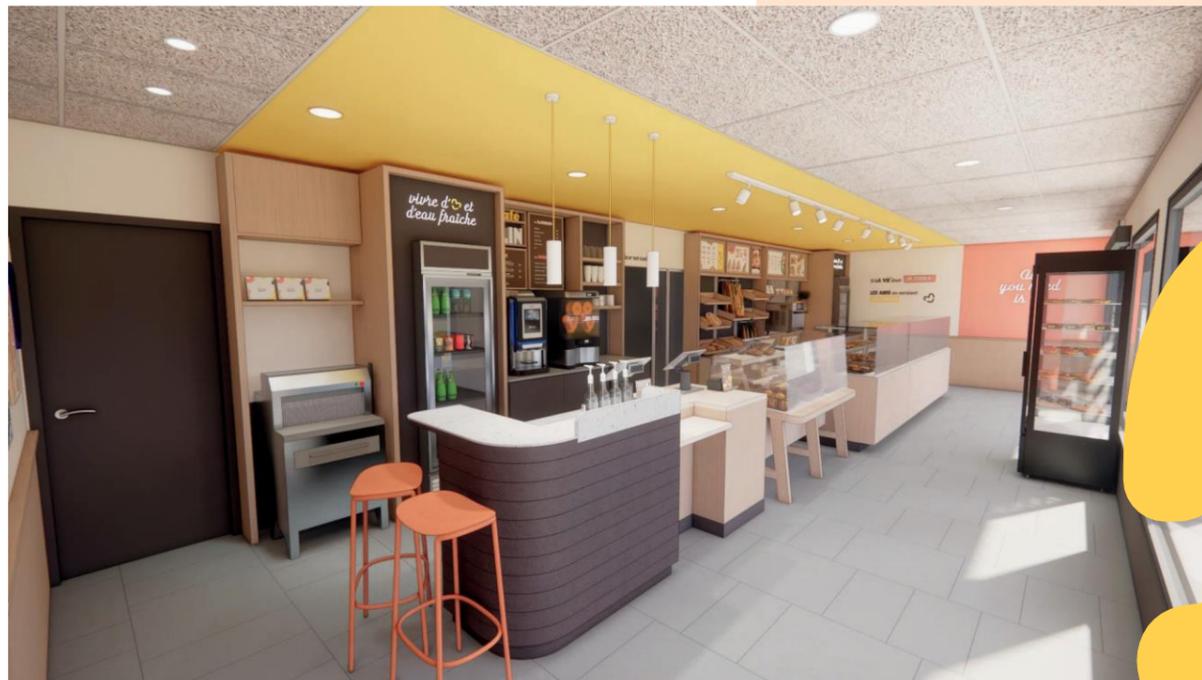
LE BONHEUR

la mie  câline

DOSSIER DE PRESSE

offrir

des moments de bonheur
pour tous, à chaque instant !



Depuis près de 40 ans,
La Mie Câline s'engage
pour le "bien manger"
à prix raisonnable.
Une mission plus que
jamais d'actualité dans
un contexte marqué à
la fois par la baisse du
pouvoir d'achat et par
les nouvelles aspirations
des consommateurs,
demandeurs d'une plus
grande transparence
quant à l'origine et la
composition des produits.



Fin 2023, l'obtention de la note de 4,5/5 dans le cadre de l'audit Enseigne Responsable, réalisé par SGS, leader mondial des services de certification, venait ainsi récompenser ses efforts dans ce domaine. Cette labellisation au plus haut niveau d'exigence place La Mie Câline parmi les enseignes les plus vertueuses de sa catégorie : une fierté collective, et une véritable satisfaction pour nos franchisés et nos collaborateurs !

Depuis 2019, notre programme "À Cœur d'Agir" nous permet de maintenir le cap de nos engagements RSE, mais aussi de progresser sans cesse. Nous déclinons les principes de responsabilité sociétale et environnementale sur l'ensemble de notre chaîne de valeur.

- **Notre offre** : à travers des produits de qualité, fabriqués avec des matières 1^{res} soigneusement sourcées ;
- **Notre circuit d'approvisionnement et de distribution** : grâce à un programme ambitieux de réduction de nos émissions de CO2, mais aussi de nos déchets et emballages ;
- **Notre réseau** : en déployant auprès de l'ensemble de nos équipes des valeurs de loyauté, de respect et de solidarité.

Considérée comme un "bon franchiseur" par 100% de nos franchisés¹, La Mie Câline se veut une enseigne humaine, sincère et engagée. Tout au long de 2024 et dans les années à venir, nous continuerons de déployer ces valeurs essentielles, tout en poursuivant notre développement territorial.

À l'aube de la quarantaine, notre parc de 245 magasins se renouvelle naturellement. Il se réinvente, aussi, dans le cadre d'un nouveau concept lancé l'an dernier pour accompagner notre nouvelle identité : "Le bonheur est là !". Testé pour l'heure sur 3 magasins, il est ouvert à la franchise depuis début juin, pour devenir, lui aussi, un levier permettant de construire un avenir durable, et continuer ainsi d'offrir à nos 38 000 000 clients de précieux petits moments de bonheur !

David Giraudeau, Directeur Général
& Sylvia Touboulic Barreteau,
Directrice générale déléguée Responsable du pôle Franchise et de la stratégie RSE

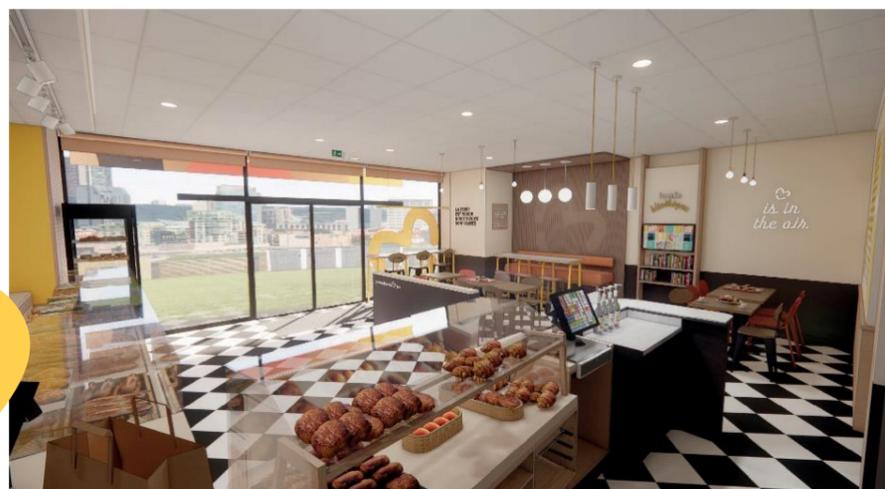
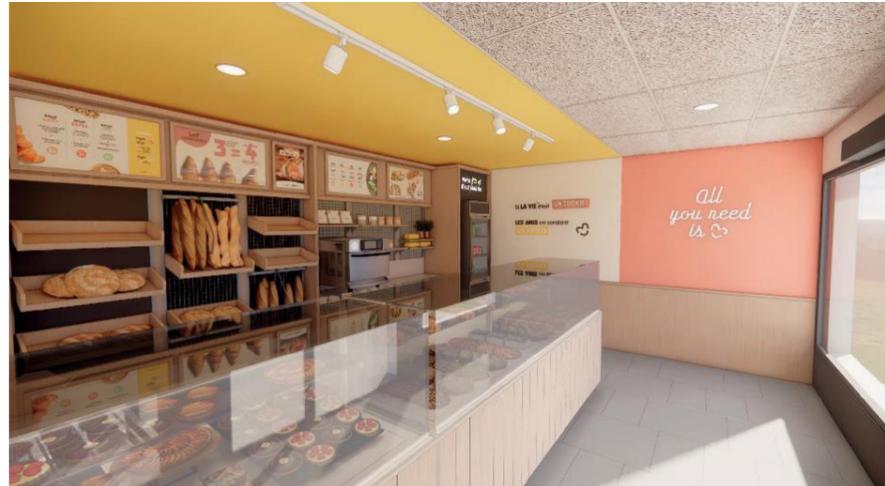
1. Indicateur de la Franchise, septembre 2023

À cœur d'agir

avancer à petit pas pour accomplir de grandes choses

Depuis 6 ans, La Mie Câline progresse chaque année pour faire évoluer de manière vertueuse ses produits et méthodes de travail. Étant labellisée "Enseigne Responsable", l'enseigne a augmenté sa note d'évaluation de 3,10 à 4,5 sur 5, devenant ainsi le réseau le plus avancé parmi les 30 enseignes labellisées.

Cette reconnaissance reflète la mise en œuvre effective de sa raison d'être : "développer des réseaux d'enseignes à faible impact environnemental et à impact positif pour la société".



LES BONS PRODUITS FONT LES BONS AMIS

Avec une trentaine de nouveautés lancées chaque année, la carte de La Mie Câline offre un choix de plus de **120 références savoureuses** et gourmandes, toutes fabriquées avec des ingrédients de qualité, soigneusement sourcés. **96% de ses fournisseurs sont français**, et plus de la moitié d'entre eux (56%) ont été audités par EcoVadis, un organisme garantissant des méthodes de fabrication responsables.

100%

- des viandes de poulet/bœuf et jambon sont Origine France ;
- des œufs sont issus de poules élevés en plein air et Origine France.

Année après année, La Mie Câline élargit aussi son **offre bio et healthy**. Aujourd'hui, l'intégralité des farines de blés qu'elle utilise pour la fabrication de ses pains sont certifiées bio ou CRC (Culture Raisonnée Contrôlée) et **100% de ses cafés en grains sont bio**. Quant aux additifs, 9 matières premières utilisées sur 10 en contiennent moins de 5. Enfin, **20% de son offre de restauration rapide est végétarienne** tandis que le Cookiz®, produit star de La Mie Câline, est équitable depuis septembre 2022. En plus d'être bon, il est désormais fabriqué avec un cacao certifié fair trade Max Haavelar.



PRENDRE SOIN DES HUMAINS AUTANT QUE DU BON PAIN

Au sein de La Mie Câline, le soin apporté à la qualité des produits trouve son prolongement naturel dans l'attention accordée aux équipes. L'écoute et la solidarité sont au cœur du management de l'enseigne. Au quotidien, leur satisfaction, leur santé et leurs bonnes conditions de sécurité sont au centre de l'attention, ainsi qu'en témoignent de nombreuses initiatives : "**Happy Mof Day**", un événement annuel pour créer du lien et se retrouver tous ensemble ; journée voile avec les salariés et leurs familles ; escape game, journée de la sécurité, ateliers ergonomie ou encore "chasse aux risques" en atelier... Les collaborateurs sont pleinement intégrés au groupe et considérés comme un moteur de sa réussite. Ils peuvent d'ailleurs accéder à l'actionnariat, témoignant de la volonté de l'enseigne de les impliquer dans son développement !

Enfin, côté diversité, **l'index égalité hommes femmes s'élève à 91/100** et l'enseigne s'est fixé l'**objectif d'inclure 10% de salariés en situation de handicap**, parmi ses effectifs, au-delà de l'obligation légale. Pour favoriser l'accès et le maintien dans l'emploi des personnes handicapées, un groupe de parole, "**Handi Câlin**", a été mis en place il y a plusieurs années. Il fera l'objet d'un nouvel appel à volontariat pour l'élargir à un plus grand nombre de collaborateurs.

Avec près de **250 points de vente partout en France**, La Mie Câline est aussi un réseau important de franchisés. Plus que jamais, l'enseigne poursuit auprès d'eux l'engagement pris par Monts Fournil à sa création, à savoir conduire les entrepreneurs vers la réussite. Aujourd'hui, **23% des franchisés sont ainsi issus du réseau**, contre 7% en 2021 : une progression exceptionnelle ! Chacun d'eux bénéficie d'un accompagnement sur mesure, allant du stage de découverte à la recherche de l'emplacement de leur boutique, en passant par la formation et le soutien à la recherche de prêt bancaire.

LA PLANÈTE AUSSI A BESOIN DE DOUCEURS

Dans le domaine de l'environnement, **La Mie Câline a diminué son taux d'émission de CO2 de 22%** par rapport à 2021, soit -14 % de tonnes de CO2 par tonne de produit. Cette excellente performance est liée notamment à l'optimisation du fret, qui a permis à elle seule de réduire de 15% ces émissions. Le recours aux énergies alternatives, telle que l'électrique et le solaire, qui a été multiplié par 4 depuis 2019, a également contribué à cette progression. D'ici à 2030, l'objectif est de produire 10% de la consommation totale d'électricité, grâce à l'énergie solaire.

100%

- d'emballages recyclables
- des papiers et cartons issus de ressources durablement gérées

90%

- de déchets valorisés ou recyclés

Par ailleurs, **l'enseigne tend vers le zéro plastique** : la totalité de ses emballages sont recyclables et **90% des déchets qu'elle produit sont valorisés ou recyclés**. En parallèle, l'enseigne lutte aussi contre le gaspillage à travers diverses initiatives comme son partenariat avec Kignon, une entreprise nantaise, qui récupère le pain invendu pour fabriquer des cookies.

Enfin, La Mie Câline est impliquée dans le domaine associatif et soutient des initiatives locales en faveur de l'environnement, à travers du sponsor.

Évoluer et se réinventer

pour fabriquer toujours plus de bons moments

En 2023, La Mie Câline a adopté une nouvelle plate-forme de marque et identité visuelle autour d'une signature en forme de leitmotiv : "Le bonheur est là !". L'enseigne réaffirme ainsi sa volonté d'être une marque joyeuse et positive, mais aussi en phase avec son époque. Au-delà de la philosophie qu'elle exprime, cette reformulation se présente comme un véritable levier pour construire un avenir durable, à travers notamment la refonte complète des boutiques du réseau, en cours de déploiement.

UNE POSTURE RÉSOLUMENT JOYEUSE, BIENVEILLANTE ET HUMANISTE !

En presque 40 ans d'existence, La Mie Câline n'a cessé de s'adapter aux évolutions de la société. Aujourd'hui, elle prend de nouveau en compte les enjeux de l'époque et les nouvelles attentes des consommateurs, autour des préoccupations environnementales et du "consommer moins mais mieux." Avec un nouveau logo et concept de boutique, la plate-forme de marque fait écho à la théorie des petits pas qui nourrit l'engagement de l'enseigne, pour contribuer à changer le monde et conduire vers le bonheur. Elle réaffirme haut et fort l'ADN de La Mie Câline : "Être un fabricant de bons moments". L'humain est au centre de l'équation. Dans les boutiques du réseau, on s'offre non seulement de la gourmandise, mais aussi une pause entre amis, autour de confidences et d'éclats de rire. Une invitation à profiter de l'instant présent, pour mieux construire un avenir durable.

D'UNE OFFRE SNACKING À UN LIEU DE DESTINATION ÉCOCONÇU

Cette nouvelle identité s'exprime dans la refonte complète des boutiques La Mie Câline ; la première d'une telle ampleur depuis 10 ans. Dans le prolongement de son programme "À Cœur d'Agir", cette évolution accompagne pleinement les ambitions RSE de l'enseigne, à travers un travail sur l'écoconception. Les matériaux choisis pour la rénovation répondent ainsi à au moins l'un des 3 critères suivants : leur durabilité, leur recyclabilité ou leur sourcing, qui doit être le plus écologique possible. Une réflexion approfondie de la gestion des déchets a également été menée, déclinant la stratégie 3R (Réduire, Réutiliser et Recycler). En plus de réduire son impact environnemental, ce nouveau concept offrira aux clients des expériences plus attractives, avec l'aménagement de 3 espaces conviviaux.



L'offre boulangère, qui occupe une place centrale autour de la famille du pain mais aussi la valorisation des gammes viennoiserie et pâtisserie.



L'offre déjeuner, à travers le service à table et la création d'une vraie salle de restauration.



L'espace barista, mis en valeur à proximité de l'espace de préparation, ce qui facilitera également le travail des équipes ainsi que la rapidité du service.

« Adossé à notre plate-forme de marque, le nouveau modèle de boutiques va nous permettre d'accélérer, tant sur nos ambitions RSE, que sur la promesse offerte à nos clients d'une expérience encore plus joyeuse et attractive, pour partager ensemble de nombreux petits moments de bonheur »

David Giraudeau,
Directeur Général de La Mie Câline

À ces 3 espaces, vient s'ajouter le corner à Cookiz®, pour valoriser le produit star de la Mie Câline.

Côté design, une attention particulière a été accordée à l'ambiance avec des couleurs joyeuses et vitaminées qui viennent réveiller l'appétit, tandis que les plantes rappellent l'attachement de l'enseigne à la préservation de l'environnement. Au mur, des slogans légers et positifs ponctuent la décoration, comme "Don't worry be Cookiz®", ou encore "La terre est la seule planète où trouver des cookies carrés. Préservons-la !".

PLUS 150 BOUTIQUES SE TRANSFORMENT AUTOUR DU NOUVEAU CONCEPT

Testé dans un premier temps sur 3 magasins, le nouveau concept de boutiques La Mie Câline a été plébiscité par les consommateurs.

Le travail sur chacun des univers (restauration, pain et viennoiseries, barista...) va permettre à La Mie Câline de mieux répondre aux différents usages au fil de la journée, pour un déploiement 360°, aussi bien en ville, en centre commercial que dans une gare ou une station-service.

Seuls quelques ajustements ont été apportés à la suite de l'expérimentation. Par exemple :

- La panetière et la vitrine viennoiserie sont réorganisées pour offrir une meilleure visibilité de la gamme.
- Le corner Cookiz® est positionné différemment selon les flux spécifiques à chaque magasin.
- L'omnicanalité, intégrant des bornes de Click&Collect, est toujours en phase de test en raison de l'habitude limitée des consommateurs à cette pratique dans ce type d'environnement.

• Sur le plan environnemental, la réduction des emballages et l'utilisation de vaisselle réutilisable ont été très bien accueillies.

Les premiers essais témoignent d'une amélioration de l'expérience client à travers une meilleure qualité de service et valorisation des produits. Fort de ce succès, le déploiement est aujourd'hui lancé dans plus de 150 boutiques sur les 245 du réseau. Le travail de rénovation a débuté par les façades extérieures, avec 20 boutiques qui affichent d'ores et déjà leur nouvelle tenue, tandis qu'une trentaine est en cours de travaux et que 90 autres s'apprêtent à enclencher leur transformation. La deuxième phase, qui concerne la rénovation intérieure, peut désormais être envisagée pour les franchisés, et quant aux prochaines ouvertures de magasins, elles se feront sous les nouvelles couleurs tant à l'intérieur qu'à l'extérieur.



chiffres clés



245

magasins à la fin 2023



38

millions de clients par an



208 M€

pour le réseau
• 100 M€ pour Monts Fournil



2670

collaborateurs



5^e

en notoriété globale
des enseignes



3^e

enseigne citée en spontané et en
Top of Mind (présence à l'esprit),
après Paul et Marie Blachère



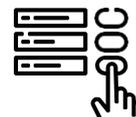
50%

des clients ont déjà vu
le nouveau logo



78%

des clients perçoivent La Mie
Câline comme une enseigne
sympathique



75%

des clients apprécient
la diversité des moments offerts
par La Mie Câline

Rapport d'étude quantitative - Mai 2024 de Food Service Vision

À PROPOS DE LA fTIE CÂLINE

La Mie Câline est avant tout une aventure humaine : celle d'une famille de boulangers vendéens qui, depuis 1920, est animée par la passion du métier, des produits et des hommes. Si depuis sa création les techniques ont évolué, le respect du bon produit, les valeurs fondatrices de solidarité, de loyauté et d'honnêteté ont perduré. L'aventure gourmande est aujourd'hui partagée par plus de 2 670 collaborateurs et franchisés, ainsi que par plus de 38 millions de clients en France. *Pour en savoir plus : www.lamiecaline.com*