

DOSSIER DE PRESSE

LE BONHEUR

EST DANS LA

FRANCHISE



la mie **40**^{ANS} câline

40 ANS D'ENGAGEMENTS, D'INNOVATION ET DE GOURMANDISE



ÉDITO



En 1985, La Mie Câline naissait de trois idées visionnaires, qui allaient révolutionner l'univers de la boulangerie : proposer des viennoiseries chaudes et du bon pain croustillant, à toute heure de la journée ; intégrer pour la première fois une offre de sandwicherie à la boulangerie traditionnelle et enfin, faciliter le métier de boulanger pour le rendre accessible au plus grand nombre.

UN CONCEPT AVANT-GARDISTE POUR L'ÉPOQUE, ET QUI S'AVÈRE TOUJOURS AUSSI PERTINENT, 40 ANS PLUS TARD.

Au fil des années, celui-ci a grandi avec nos équipes et notre réseau de franchisés, fort aujourd'hui de 240 magasins dans toute la France. Il a aussi évolué, pour s'adapter aux attentes des consommateurs et mieux répondre aux défis actuels : manger mieux, à prix raisonnable, et réduire notre impact environnemental, notamment à travers une offre de produits toujours plus responsables. Notre philosophie, en revanche, est restée intacte. Depuis toujours, nous croyons en l'humain. Chaque fournée raconte une histoire : celle de petits bonheurs partagés, autour d'éclats de rire et de la joie simple d'un croissant chaud ou d'une baguette tout juste sortie du four. Celle, aussi, d'une entreprise qui place ses collaborateurs et franchisés au cœur de son aventure. Notre ambition ? Offrir à chacun d'eux un environnement où il se sent écouté, valorisé et encouragé à grandir.

**FABRIQUER
DES BONS MOMENTS
AVEC NOS CLIENTS,
NOS COLLABORATEURS
ET NOS FRANCHISÉS !**

Ce n'est pas un hasard si 100 % de nos franchisés nous considèrent comme un bon franchiseur¹. C'est la traduction de valeurs fortes aux fondations solides : l'esprit de famille, l'écoute, la solidarité et le sens des responsabilités.

La Mie Câline, c'est aussi une entreprise en mouvement. En 2023, la refonte de notre plate-forme de marque s'est accompagnée de la naissance d'une nouvelle génération de boutiques, plus attractives et écoconçues, offrant à nos franchisés des écrans flambant neufs pour développer leurs projets.

Aujourd'hui, nous sommes plus engagés que jamais. Et nous continuerons à mettre la main à la pâte, non seulement pour satisfaire toutes les envies gourmandes, mais aussi pour construire, à notre échelle, un bonheur plus durable. Parce que chez La Mie Câline, être «Gourmands Engagés» est bien plus qu'un slogan : c'est un état d'esprit, une conviction, une promesse.

**Sylvia Touboulic Barreteau, Directrice générale déléguée
David Giraudeau, Directeur général**

1. Étude de satisfaction menée par le bureau d'études : "L'Indicateur de la Franchise", organisme indépendant d'audits de satisfaction des Réseaux de franchise réalisés auprès des Franchisés de France. Plus de 250 franchises auditées.

DES GOURMANDS ENGAGÉS, DE GÉNÉRATION EN GÉNÉRATION

Chez La Mie Câline, on peut aisément parler d'esprit de famille. L'histoire de l'enseigne s'ancre dans quatre générations de boulangers passionnés pour qui, déjà, s'engager était simplement une vision naturelle de voir le monde.

TOUT COMMENCE PAR UNE HISTOIRE DE MEUNIER

L'aventure de La Mie Câline prend racine au milieu du 19^e siècle, lorsque la famille Barreteau acquiert le moulin de la Bourrie en Vendée. Puis, en 1940, Angelina et Louis Barreteau ouvrent leur première boulangerie, reprise par leur fils Daniel. Le futur fondateur de La Mie Câline, André, lui, naît en 1952. Il grandit dans l'odeur du pain chaud et, naturellement, se forme à son tour à la boulangerie. Lors d'un séjour à Paris avec sa femme Michelle, il a une révélation : attiré par une odeur de pains au chocolat juste sortis du four, il comprend que vendre des viennoiseries chaudes à toute heure pourrait révolutionner la boulangerie traditionnelle. C'est ainsi qu'émerge l'idée du « cru » surgelé, une solution innovante qui offre de nombreux avantages : elle permet d'étaler les cuissons sur l'ensemble de la journée, de proposer du chaud et du frais à tout moment, tout en allégeant les contraintes horaires du métier. De plus, le procédé de surgélation préserve intégralement les propriétés organoleptiques – le goût, l'aspect, la texture et l'odeur – ainsi que les qualités nutritionnelles (protéines, vitamines, glucides, etc.), garantissant une expérience culinaire d'exception.

En 1985, le premier terminal de cuisson voit le jour à Challans, non loin de la boulangerie familiale de Saint-Jean-de-Monts, tandis que le premier magasin, tenu par le beau-frère et la belle-sœur d'André, lance les débuts de l'enseigne, sous le nom de La Croissanterie. Du cercle familial, le projet s'élargit peu à peu aux amis, voisins, proches. Et, en 1994, l'entreprise adopte le modèle de la franchise. Deux ans plus tard, le réseau compte 35 magasins. Il se dote aussi d'un nouveau site de production, Monts Fournil. La marque adopte alors son nom actuel, La Mie Câline. Son développement va dès lors s'accélérer.



1985

Naissance du concept La Mie Câline, ouverture du 1^{er} magasin en Vendée



1994

Création du site de production de Monts Fournil



1998

Création du fameux cookiz carré



2001

Ouverture du 100^e magasin La Mie Câline



2008

Naissance du comité développement durable



2010

Réalisation du 1^{er} bilan carbone



2018

Obtention du label Enseigne Responsable



2019

Lancement du programme "A cœur d'Agir"



2023

- Label Enseigne Responsable : La Mie Câline obtient la meilleure note : 4,5/5
- Réalisation du 5^e bilan carbone : baisse de 28 % constatée depuis 2019
- La Mie Câline 4^e génération voit le jour : nouvelle identité et nouveau concept de boutiques



Grâce à ces actions, l'enseigne a **diminué** ses émissions carbone **de 28%** entre 2019 et 2023. Elle a également obtenu la **meilleure note, 4,5/5**, lors du dernier audit "Enseigne Responsable", ce qui fait d'elle le réseau le plus avancé parmi les 30 enseignes labellisées.

L'HUMAIN ET LA RESPONSABILITÉ, AU CŒUR DU DÉVELOPPEMENT

Fidèle à son héritage familial, La Mie Câline a su développer un modèle de croissance fondé sur l'humain, la proximité et l'innovation responsable. Sur ce terreau favorable, la RSE s'est enracinée tout naturellement et les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux ont été intégrés au cœur de son développement.

EN 2019, LA MIE CÂLINE LANCE LE PROGRAMME "À CŒUR D'AGIR", AUTOUR DE 3 ENGAGEMENTS CONCRETS :

1 LES PRODUITS font les bons amis

L'enseigne veille à proposer des ingrédients de qualité, respectueux de l'environnement et de la santé de ses clients : l'intégralité de ses farines utilisées pour ses pains est bio ou issue de l'agriculture raisonnée ; 100% des viandes sont d'origine France ; 100% de ses cafés en grains sont bio. Quant au chocolat utilisé dans ses fameux Cookiz, il provient du commerce équitable. L'enseigne a également banni 39 additifs controversés. Enfin, elle privilégie les ingrédients de saison et a développé des recettes "healthy" et "veggies", avec aujourd'hui 10 références végétariennes, ainsi que des desserts associant fruits et fromage frais allégé.

2 PRENDRE SOIN des humains autant que du bon pain

L'écoute et la solidarité sont au cœur du management de l'enseigne. Au quotidien, le bien-être, la santé et les bonnes conditions de sécurité des salariés sont au centre de l'attention, ainsi qu'en témoignent de nombreuses initiatives : expérimentation de la semaine de 4 jours, crèche d'entreprise, événement **Happy Mof Day** annuel pour créer du lien, ou encore journée voile organisée avec les collaborateurs et leurs familles. Considérés comme un moteur de la réussite, l'entreprise propose aussi à ses collaborateurs un accès à l'actionariat, à travers le dispositif **Calin'Action**.

3 LA PLANÈTE a aussi besoin de douceurs

La Mie Câline multiplie par ailleurs les actions concrètes pour réduire son impact environnemental : optimisation des consommations d'énergies, investissement dans l'énergie photovoltaïque, avec plus de 1100 m² de panneaux solaires, mais aussi transition vers le zéro plastique avec 100% d'emballages recyclables. Les déchets issus de son activité sont également valorisés ou recyclés à 90%.

UN CONCEPT ÉPROUVÉ ET UN NOUVEAU SOUFFLE EN 2024

Des cuissons sur place tout au long de la journée, une offre de restauration rapide intégrée et une accessibilité à tous les porte-monnaie : voilà les clés de la réussite de La Mie Câline.

Aujourd'hui, l'enseigne continue d'innover, autour de sa nouvelle identité, "Le bonheur est là !" et d'une nouvelle génération de boutiques.

UN CONCEPT CAMÉLÉON POUR RÉPONDRE À TOUS LES INSTANTS DE CONSOMMATION

La Mie Câline allie la boulangerie traditionnelle avec une offre de restauration rapide, comprenant sandwiches, salades, produits chauds et boissons. Ce double positionnement lui permet de répondre à toutes les envies gourmandes. Implantés en centre-ville ou en périphérie, ainsi que sur des lieux de transit comme les gares ou les aires d'autoroutes, les magasins de l'enseigne sont avant tout des commerces de proximité, où le client est accueilli dans un cadre convivial et chaleureux. Ces principes sont le cœur du modèle de La Mie Câline, s'ajustant régulièrement pour être toujours en phase avec son époque.

LA NAISSANCE D'UNE NOUVELLE GÉNÉRATION DE BOUTIQUES

En 2023, La Mie Câline adopte une nouvelle plateforme de marque, affirmant son identité joyeuse et positive avec un nouveau logo et la signature "Le bonheur est là !". S'appuyant sur cette dynamique, l'enseigne lance la refonte complète de ses boutiques pour réduire leur impact environnemental et répondre aux attentes des consommateurs. L'écoconception est au cœur de cette transformation, avec le choix de matériaux durables, recyclables et issus d'un sourcing écologique, ainsi qu'une gestion des déchets fondée sur les 3 R (Réduire, Réutiliser, Recycler). Ainsi, les couverts en plastique ont été remplacés par de la vaisselle réutilisable et tous les emballages jetables sont désormais 100% recyclables.

Pour offrir une expérience client plus attractive, l'organisation des boutiques s'articule désormais autour de trois espaces conviviaux : l'univers Pain et Viennoiseries, l'univers Restauration (avec salle dédiée et service à table) et l'univers Barista, optimisé pour la rapidité.

Enfin, côté décoration, les nouvelles boutiques affichent des couleurs joyeuses et vitaminées qui viennent réveiller l'appétit. Depuis 2024, La Mie Câline déploie son nouveau concept et adopte une nouvelle identité à travers la rénovation des façades de ses 240 boutiques. Ce projet, qui se poursuivra jusqu'en 2025, marque le début d'une transformation globale de l'enseigne, repensant l'expérience client et son image de marque.

ÊTRE UN "FABRICANT DE BONNS MOMENTS"

Dans les boutiques du réseau, on offre non seulement le plaisir de la gourmandise, mais on partage 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.



UN RÉSEAU QUI CÂLINE SES FRANCHISÉS

Avec 240 magasins et plus de 37 millions de clients par an, La Mie Câline a fait du dynamisme de son réseau un élément incontournable de son succès.

UN ACCOMPAGNEMENT À CHAQUE ÉTAPE, POUR MENER LES FRANCHISÉS VERS LA RÉUSSITE

• Le recrutement

La Mie Câline a mis en place un process complet, que le candidat mène à son rythme pour lui laisser le temps de découvrir : 1^{er} rendez-vous en visio au cours duquel lui est remis la liste des 240 franchisés pour qu'il puisse les contacter ; stage d'immersion de 3 jours en magasin, puis une journée au siège social afin de rencontrer les responsables des différents services.

• Le parcours d'intégration

Recherche et négociation de l'emplacement idéal, soutien au dossier de prêt bancaire, aide à l'agencement de la boutique, mais aussi formation d'une durée de 8 semaines... Le futur franchisé bénéficie d'un accompagnement sur mesure.

• La montée continue en compétences et l'animation réseau

Pour continuer à se perfectionner, le franchisé a ensuite accès à LMC Academie : un catalogue de plus de 400 formations certifiées Qualiopi. En 2024, celle de « Responsable de magasin » a été repensée pour mieux accompagner les dirigeants sur la dimension managériale. Une équipe de 10 animateurs réseau est par ailleurs toujours à l'écoute, pour les soutenir dans leurs projets, mais aussi, créer des rencontres entre franchisés.

LA MULTI-FRANCHISE, C'EST POSSIBLE !

Un grand nombre de franchisés ne s'arrêtent pas à un magasin mais en possède 2, 3, 4 voire 5 ! Un nouveau parcours de validation est ainsi en préparation pour guider le mono franchisé vers la multi-franchise en lui permettant d'être le mieux armé possible, sur le plan financier et organisationnel. Aujourd'hui 28 franchisés détiennent 62 magasins sur 240.

POURQUOI CHOISIR LA MIE CÂLINE AUJOURD'HUI ?

PARCE QUE LA MIE CÂLINE A LA RECETTE DU BONHEUR, DEPUIS 40 ANS

1

- Des chiffres convaincants : 473 clients par jour et par magasin, 906 000 € de chiffre d'affaires par an en moyenne, et 62,6% de marge brute. Pour un couple, les revenus s'élèvent en moyenne à 107 000 €/an et à 78 000 €/an pour un franchisé seul.*

• Le souci du bien-être des franchisés :

La Mie Câline déploie des initiatives innovantes pour soutenir le franchisé dans sa vie d'entrepreneur, un métier passionnant mais aussi stressant ! Ainsi, l'initiative Relais Relax permet au franchisé de partir en vacances en toute sérénité en mettant à sa disposition un manager confirmé.

- Un réseau convivial, sur lequel on peut toujours compter ! Rencontre annuelle entre les franchisés et la direction sur un site touristique, journées d'information entre franchisés et collaborateurs, animations réseau... Chez La Mie Câline, on n'est jamais seul.

PARCE QUE LA MIE CÂLINE EST UN BON FRANCHISEUR, POUR 100 % DE SES FRANCHISÉS !

2

ENFIN, PARCE QUE LA MIE CÂLINE EST UNE ENSEIGNE ENGAGÉE

3

Collecte de jouets pour les Apprentis d'Auteuil, participation au Duo Day autour de l'emploi des personnes en situation de handicap, upcycling avec une association d'inclusion nantaise...

La Mie Câline s'engage dans de nombreuses initiatives qui lui tiennent à cœur. Chaque année, elle organise aussi le tournoi La Mie Câline Basket Go, qui rassemble plus de 800 jeunes joueurs à Saint-Jean-de-Monts, en bord de mer. Enfin, elle est engagée auprès du skipper Arnaud Boissières pour la course mythique du Vendée Globe.

* Salaire + dividendes - magasins de plus de 3 ans
1. Étude de satisfaction menée par le bureau d'études "L'Indicateur de la Franchise", organisme indépendant d'audits de satisfaction des Réseaux de franchise réalisés

CHIFFRES CLÈS



240
magasins



37,5 millions de clients par an
473 clients/jour/magasin*



211 M€
de CA HT



2615
collaborateurs



5,86€TTC
le panier moyen*



906 000€
de CA HT/an*



62,6%
de marge brute*



107 000€ /an
pour un couple de franchisé**



78 000€ /an
pour un franchisé seul**

*Données moyennes annuelles constatées en 2024
** salaire + dividendes (moyenne de magasins de plus de 3 ans)

À PROPOS DE LA MIE 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 2 600 collaborateurs et franchisés, ainsi que par plus de 38 millions de clients en France. **Pour en savoir plus : www.lamiecaline.com**

Marie-ANTOINETTE
RELATIONS PUBLICS