



La Mie Câline teste son nouveau concept à St Jean-de-Monts et La Roche-Sur-Yon, concept imaginé avec l'agence MV Design

(visuels <https://we.tl/t-Unk3YHTAER>)

Aux côtés des Français depuis bientôt 40 ans, La Mie Câline se positionne plus que jamais comme un **fabricant de bons moments** avec sa signature "le bonheur est là !". Incarner cette stratégie en magasin, c'est la mission confiée à l'agence de Design et Architecture MV Design, en charge de créer la nouvelle identité et le concept retail.

Alors que l'époque est à consommer moins mais mieux, le nouveau logo met en lumière la sobriété, le plaisir et la générosité. On y retrouve les fondamentaux : le jaune emblématique de la marque, l'utilisation des deux graisses de typos, et une image joyeuse.

Le logo, travaillé sur une seule ligne, se veut plus sobre au niveau typographique et coloriel, tandis que le cœur intègre le bloc marque comme symbole central.

Cette nouvelle identité révélée en 2023, est en cours de déploiement sur les 245 façades du réseau.

En parallèle, La Mie Câline a mis en place un nouveau concept retail sur deux pilotes, à St Jean-de-Monts et La Roche-sur-Yon.

Ce concept s'organise autour de 4 éléments :

- **L'offre boulangère**, avec la théâtralisation du pain au plus proche du client, la valorisation des pains spéciaux et de l'offre viennoiserie.
- **L'offre déjeuner**, sur la droite du comptoir, avec une offre de salades et sandwichs frais (jamais pré-emballé), le service à table et la création d'une vraie salle de restauration.
- **Le comptoir barista** sous l'appellation de café Câlin pour animer la pause 10h-16h dans un esprit coffee – bakery. Il porte la promesse de gourmandise et de sensorialité avec une offre de boissons chaudes, de boissons fraîches, et des gourmandises fabriquées tout au long de la journée.
- À ces 3 espaces s'ajoute le **corner Cookiz**, qui valorise le produit star de La Mie Câline, avec un corner en vrac instagrammable, présentant une offre plus large et variée.

Côté ambiance, les couleurs joyeuses et vitaminées réveillent l'appétit, et des slogans, affichés au mur, essaient une pensée positive : "Don't worry be cookiz", "All you need is love" ou encore "Love is in the air". Trois ambiances différentes ont été travaillées pour les salles, afin de laisser le choix aux franchisés. L'enseigne prend aussi en compte **les nouveaux usages omnicanaux**, avec l'installation d'une borne de commande, d'un comptoir Click & Collect et d'une prise de commande à table pour les plus grands formats, via le scanning d'un **flashcode** renvoyant directement sur l'app.

Un accent fort a été mis sur **l'éco-conception**, qui fait partie de l'ADN de cette entreprise familiale issue d'une lignée de meuniers – boulangers. En 2023, l'enseigne a d'ailleurs reçu le Prix de l'engagement sociétal et environnemental remis par l'Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA) pour son ambitieux programme RSE "**À Cœur d'Agir**".

L'éco-conception est aussi une marque de fabrique de MV Design, certifiée **B Corp**.

La conception a ainsi privilégié le **réemploi** avec le rhabillage des mobiliers, mais aussi le choix de **matériaux** répondant à au moins l'un des 3 critères suivants : la durabilité (durée de vie du produit), la recyclabilité (fin de vie du matériau après usage) et le sourcing (origine et/ou conception) le plus écologique possible.

Concrètement, un sol en caoutchouc fabriqué à partir de matières éco-sourcées, un **plafond** acoustique en fibre de bois à base d'épicéa PEFC, le dessus des tables en **plastique** recyclé Le Pavé, un gré cérame plus responsable et un niveau d'éclairage optimisé.

Dans l'usage quotidien, l'enseigne privilégie **la réduction des emballages** avec une vaisselle et des contenants réutilisables (mug, gourde, thermos, bento).

Le programme de fidélité récompense les choix responsables.

Enfin, lors des travaux de transformation, une réflexion approfondie de **la gestion des déchets** a été mise en œuvre, basée sur la stratégie 3R (Réduire la quantité de produits arrivant en fin de vie ; Réutiliser des produits ; Recycler les matières premières).