

Pomme de Pain réinvente l'expérience du sandwich avec son nouveau concept de restauration, designé par l'agence Market Value

Face à un marché en forte évolution, et alors que les concurrents s'engouffrent tous dans la tendance du « lieu de vie », Pomme de Pain se recentre sur l'expertise sandwich et la préparation à la commande. Un concept résolument urbain et gourmand !

Efficacité et convivialité s'associent pour offrir une expérience client originale et différenciante.

Cette expérience c'est celle du sandwich « à la demande ».

Chaque sandwich est fraîchement préparé minute, à la vue du client avec des ingrédients de qualité.

Le sandwich est servi chaud ou froid, et peut-être personnalisé « à la demande ».

Evidemment, les designers de Market Value ont joué dessus en théâtralisant la préparation avec un grand comptoir vitré ouvert sur la zone de préparation où s'affaire la « brigade du sandwich ».

Cette brigade est le moteur de l'expérience et la signature de la qualité de service.

La commande est remise au client via le « passe sandwich » couleur aubergine.

A noter, la prise de commande digitale via des bornes situées à l'entrée du point de vente, qui participe de l'efficacité du process.

« L'aubergine comme couleur corporate est un vrai choix créatif. Dans le milieu de la restauration c'est une couleur très différenciante et impactante. En plus, c'est une couleur historique qui vient des origines de la marque » (Yohann Bousseronde, Directeur de Création Branding de l'agence Market Value).

La nouvelle identité se sert du O pour évoquer la forme du sandwich. Polymorphe, le O symbolise la diversité de l'offre et des possibles.

L'ensemble est complété par une palette de couleurs gourmande, fraîche et culinaire, rappelant certains ingrédients (jaune comté, rose jambon, vert salade...).

La salle de restauration quant à elle, est lumineuse, développant un esprit urbain avec des assises et tables simples et colorées, des affiches collées au mur et une enseigne néon. Pomme de Pain s'est aussi montrée ambitieuse d'un point de vue environnemental en obtenant la certification LEED pour ce nouveau concept. Cette certification découle du respect d'un cahier des charges exigeant au niveau conception et exploitation du restaurant. Mais aussi de certains choix créatifs comme des murs bruts, un éclairage LED ou encore l'apport de matériels et matériaux recyclés.

Ce nouveau concept, qui redonne ses lettres de noblesse au pionnier de la sandwicherie à la française, est à découvrir au plus vite dans le restaurant Pomme de Pain de la Place Marcel Sembat, à Boulogne.