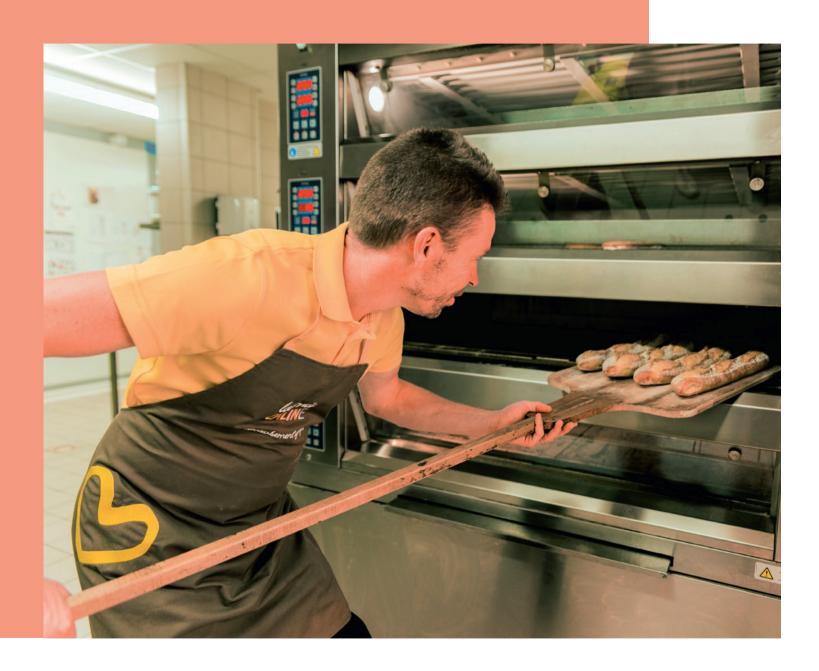
# DEVENIR FRANCHISÉ LA MIE CÂLINE

c'est rejoindre une Javenture humaine





# LE MOTEUR DE LA MIE CÂLINE : ACCOMPAGNER LES FRANÇAIS DANS LEUR ENVIE

d'entreprendre

Avec 240 magasins dont 95% en franchise, La Mie Câline, grâce à son concept gourmand, est aujourd'hui l'un des plus gros réseaux en France en nombre de franchisés.

Cette spécificité, l'enseigne en a fait sa marque de fabrique.

Elle met en place un accompagnement sur-mesure pour donner à ceux qui la rejoignent les moyens de réussir.



### Comment est organisé le réseau La Mie Câline et sur quelles valeurs s'appuie-t-il?

La guestion que nous nous posons depuis la création de La Mie Câline est : comment permettre à ceux qui rêvent de devenir entrepreneur d'y parvenir avec le maximum de réussite et de sécurité possibles? Toute notre action s'organise autour de cet objectif. Pour cela, nous développons et faisons vivre au sein du réseau des valeurs de transparence, de solidarité, de proximité et d'accompagnement. Il est essentiel que chaque franchisé qui nous rejoint comprenne qui nous sommes et quelles sont nos ambitions.

### Notre réseau s'organise ainsi autour de 3 pôles:

- UN PÔLE DÉVELOPPEMENT qui accompagne le futur franchisé en amont : formation, recherche de son emplacement, aide à la néaociation bancaire, montage de sa société...
- UN PÔLE ANIMATION des points de vente qui définit et relaie les opérations promotionnelles, le concept de vente, les innovations produits et services...
- UN PÔLE MANAGEMENT du réseau au sein duquel les animateurs répartis dans chaque région délivrent un accompagnement individuel au plus près de la réalité du terrain, analysent les forces et faiblesses des points de vente, mettent en place, si nécessaire, des plans d'actions ciblés. Cette animation du réseau repose également sur un management collectif, autour de rencontres régionales et nationales régulières qui sont l'occasion d'informer sur l'actualité de l'enseigne, d'évoquer les grands enjeux de notre secteur et de partager les axes stratégiques de la marque.



## Quels sont les grands enjeux auxauels votre secteur est aujourd'hui confronté?

Sur le secteur de la boulangerie et de la restauration commerciale, plus généralement, il y a aujourd'hui un véritable enjeu de positionnement territorial. Notre marché a profondément muté ces 10 dernières années. Le besoin d'une offre de boulangerie traditionnelle en cœur de ville s'est déplacé vers l'extérieur où les flux sont importants le matin et le soir et où l'accessibilité est facilitée

L'autre enjeu auquel nous sommes confrontés vient de la digitalisation de notre société. Les Français sont toujours plus connectés et veulent consommer différemment. Il u a là un vrai suiet sur la facon dont nous devons intégrer le numérique dans l'acte de vente, mais aussi sur comment utiliser le digital pour développer l'image et la notoriété de notre marque.

Le dernier enjeu concerne la RSE qui prend de plus en plus de poids dans les décisions de consommation des Français. L'exigence autour de ces sujets est renforcée et il faut les adresser de facon ambitieuse. Faire exister nos valeurs est crucial car. demain, le consommateur choisira d'aller dans une enseigne plutôt qu'une autre pour la qualité des produits, mais aussi pour l'image vertueuse qu'elle renvoie.

### Quelles sont vos réponses pour adresser ces enieux?

L'an dernier, nous avons ouvert 17 maaasins suite au rachat du réseau Romarin, et prévouons une dizaine d'ouvertures supplémentaires en 2019. Celles-ci se feront principalement en extérieur de ville pour répondre à cette tendance forte. Nous souhaitons éaglement renforcer notre présence sur les aires d'autoroute. ainsi aue dans le métro, où il u a un fort besoin en restauration rapide et en offre de viennoiserie. Nous expérimentons également le drive sur nos magasins pilotes. Nous souhaitons réellement être omnicanal. car c'est la notion de services aui compte désormais Il faut être capable de proposer différents formats pour correspondre à chaque besoin.

Autre axe de développement : l'optimisation de notre **présence digitale** sur les résegux sociaux et le Web. mais aussi au sein de nos points de vente via des écrans. afin de faire vivre la marque emploueur et asseoir la modernité de l'enseigne. Parallèlement, nous devons développer le e-commerce. Aujourd'hui, La Mie Câline est **présente** sur les principales plates-formes comme **Uber Eats** ou **Deliveroo.** Via notre application mobile. les consommateurs peuvent déjà faire du Click & Collect et nous proposerons prochainement la livraison. A Paris Gare du Nord, nous avons ouvert un flagship où l'ensemble de nos propositions commerciales sont digitalisées.

Nous avons également lancé un programme RSE ambitieux sur 5 ans. L'un de ses premiers objectifs est de nous permettre de réduire notre empreinte carbone: au niveau des points de vente, avec la mise en place d'emballages 100 % recuclables et la réduction de l'usage du plastique, mais aussi en matière d'approvisionnement que nous souhaitons **le plus local** possible. C'est déjà le cas avec le iambon, les œufs ou le lait aui entrent dans la composition de nos produits et sont fabriqués en Vendée à proximité de notre site de production. Le blé utilisé dans nos recettes est quant à lui 100 % français.

Enfin, concernant le volet RSE "Qualité de Vie au Travail", nous développons de nombreuses initiatives. Nous avons la réelle volonté de **co-construire** l'avenir de l'enseigne avec nos franchisés, dans un esprit de solidarité. Toutes ces actions ont pour objectif de concrétiser la promesse que nous leur faisons, à savoir "Vivre bien et en vivre bien".

# CHIFFRES CLÉS DU

magasins, dont une majorité de mono-franchisés

millions d'euros de C.A. [+2,4% à périmètre constant et +6.7% en tenant compte de la croissance du réseau en 2018)

de franchisés en couple

personnes en moyenne, par équipe par magasin

de ticket d'entrée dans la franchise, puis roualties (5%) et 2% de redevance publicitaire

de chiffre d'affaires mouen par magasin

4 ans durée moyenne d'un franchisé La Mie Câline

de taux de satisfaction



collaborateurs formés en 2018

formateurs experts

futurs franchisés actuellement en cours de formation

**formations** en moyenne par an

# LA MIE CÂLINE: Franchiseur AVANT TOUT

La Mie Câline est d'abord un franchiseur. Son rôle est ainsi d'accompagner et de porter tous les franchisés de son réseau pour les mener vers la réussite.

Pour cela, l'enseigne a formalisé un parcours de sélection et d'accompagnement très cadré, prenant pour **modèle les entrepreneurs** ayant le mieux réussi au sein du réseau. Celui-ci tient compte des atouts et faiblesses de chaque candidat pour lui **garantir le succès tout en sécurisant** son aventure entrepreneuriale.



#### Une envie réciproque

Pour devenir franchisé La Mie Câline, plusieurs étapes doivent être franchies. Pour commencer, le candidat remplit un questionnaire détaillé dans lequel il revient sur ses motivations à rejoindre le réseau et sur ses aspirations. Si son projet est jugé réaliste, il est reçu en entretien, dans sa région. Au cours de celui-ci, l'enseigne lui est présentée plus en détail, afin de lui permettre de s'immerger au mieux dans l'ADN de La Mie Câline. Un certain nombre de sujets est abordé : rentabilité économique, stratégie de développement, dynamique commerciale, formation, accompagnement proposé... Pour le franchiseur, c'est l'occasion d'un premier contact et un bon moyen d'en apprendre plus sur le parcours professionnel du candidat et sur ses attentes.

« Lors de cette rencontre, nous faisons preuve d'une totale transparence. Il ne s'agit pas de séduire le candidat mais bien de s'assurer que son projet est compatible avec notre enseigne et ses valeurs. Ce premier rendez-vous nous permet également de valider son potentiel en tant que futur entrepreneur La Mie Câline. Lorsque l'on devient franchisé, on adhère à la fois à un concept, à un métier et à une enseigne. Cela doit être un partenariat gagnant-gagnant », précise Claire Regent-Zuliani, responsable RH du réseau La Mie Câline.

A l'issue de cet entretien, le candidat reçoit une liste exhaustive des franchisés La Mie Câline et est invité à aller mener sa propre enquête sur le terrain lors de **2 journées d'immersion en magasin,** afin de **confirmer sa décision** de devenir franchisé



#### Un parcours de formation gagnant/gagnant

Le candidat est ensuite convié au siège où il passe un dernier entretien en présence de la responsable des ressources humaines, de la responsable de formation, d'un responsable juridique de l'enseigne et d'une personne du développement et du marketing/réseau. Ce rendez-vous apporte au futur franchisé un niveau d'informations supplémentaires pour faire son choix en pleine conscience et au franchiseur les éléments pour valider sa capacité à réussir, mais aussi à s'épanouir dans ce métier.

A l'issue de cet entretien, si les deux parties prenantes souhaitent poursuivre, le futur franchisé s'inscrit à la formation initiale d'une durée de 9 semaines, validée par un examen. Côté pratique, le candidat est formé à l'ensemble des métiers [croissantier, sandwicherie, manager...]. Côté théorique, il suit des modules autour de l'organisation, de la supervision et du management [gérer un centre de profit, savoir mener un entretien annuel, optimiser ses recrutements, etc.].

Au terme de cette formation, les compétences du candidat sont examinées individuellement pour identifier les axes d'amélioration à travailler sous forme de **missions en magasins de 4 à 8 semaines**, visant à lui donner la réelle maîtrise de son futur métier.

L'école de formation La Mie Câline : se former tout au long de sa carrière. Créée au début des années 90, l'école de formation de La Mie Câline place la transmission du savoir-faire au cœur du métier de franchiseur. Ici, on forme à la fois les futurs franchisés et les collaborateurs des

magasins sur demande. L'école propose un large catalogue de formations (commerciale, technique produit, hygiène, management...), en présentiel ou en e-learning, en région, au siège vendéen ou directement au sein du magasin. Il s'agit d'un point clé de la réussite du réseau, puisque ce dispositif permet de construire de véritables parcours de carrière au sein de l'enseigne, à même de favoriser le recrutement et la fidélisation des talents.

#### Un accompagnement à toutes les étapes

En parallèle de sa formation initiale, le candidat mène, avec un responsable du développement, les démarches pour **concrétiser son projet**: identification des opportunités au sein du réseau (reprise, création, zone géographique...), construction de son dossier de financement, accompagnement sur la négociation en cas de reprise d'un magasin, gestion des travaux, etc.

« Le franchiseur et le franchisé ont la possibilité de sortir du processus de formation à tout moment. L'idée étant vraiment que chacun soit certain de son choix. Le contrat de franchise n'est signé que lorsque toutes les cases ont été cochées : formation terminée et réussie, compromis de vente signé sur un magasin, accords bancaires obtenus. Notre objectif est ainsi de mettre nos franchisés en situation de réussir », précise Claire Regent-Zuliani.

Une fois la candidature définitivement validée, le franchisé est accompagné par l'équipe d'animation, avant, pendant et après l'ouverture de son magasin sur les volets managérial, économique, stratégique, commercial, technique et hygiène. Une grande autonomie est laissée à l'entrepreneur pour lui permettre d'avancer à son rythme.



La Mie Câline affiche une forte volonté de permettre à tous ses collaborateurs, franchisés et salariés, de trouver le bon équilibre entre vie professionnelle et vie privée. Ainsi, elle développe actuellement le projet "Happy Câline", mené en concertation avec l'ensemble de ses franchisés pour les aider à mieux vivre leur métier, afin qu'ils soient en adéquation avec un rapport au travail qui évolue fortement. L'objectif est de permettre à son réseau d'attirer et de mieux fidéliser les salariés.





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 2200 collaborateurs et franchisés, ainsi que par plus de 42 millions de clients en France.

Implantée en Vendée, le concept de La Mie Câline avait pour ambition, dès le départ, de partager plus largement le savoir-faire boulanger et de proposer un univers gourmand, reposant sur des produits aux matières premières sélectionnées avec attention. Ainsi, pour aue la qualité soit irréprochable d'un magasin à l'autre. **André Barreteau, son fondateur**, a décidé de développer un réseau de magasins fonctionnant en terminaux de cuisson. Et parce que La Mie Câline souhaite satisfaire tous les appétits, elle applique une politique tarifaire qui rend ses produits accessibles au plus grand nombre.

La marque met un point d'honneur à proposer des **produits goûteux**, **généreux** et **savoureux**. Pour répondre aux évolutions des modes de consommation, le service Recherche & Développement de La Mie Côline travaille au quotidien à l'amélioration de sa gamme de produits et à l'élaboration de nouvelles recettes exclusives.

Le réseau La Mie Câline compte aujourd'hui 240 magasins sur tout le territoire français. Elle construit sa réussite en capitalisant sur les femmes et les hommes pour qui être entrepreneur à La Mie Câline rime avec bonheur

Depuis 2008, La Mie Câline est engagée dans une démarche respectueuse de l'environnement. Parmi les mesures déjà prises pour limiter l'impact environnemental, on trouve notamment la suppression des sacs plastique distribués aux clients, l'aménagement du site de production selon des critères d'industrie verte, un bilan carbone suivi d'un diagnostic RSE global.

Croissance externe, conquête de nouveaux territoires, nouvelles implantations... La Mie Câline continue en 2019 de se développer et de mailler le territoire, pour que toujours plus de Français puissent profiter de sa gourmandise et de sa générosité.

### SALON DE LA FRANCHISE - DU 17 AU 20 MARS 2019 STAND LA MIE CÂLINE S40-T39

