

DOSSIER

Un nouveau souffle pour les boutiques

Modernisation, optimisation des espaces, recherche d'une identité forte...

Les motivations pour faire de sa boutique un bel écrin pour les clients et les équipes sont multiples. Virginie Gaurin (boulangeries Stéphane Moa), David Batty (La Boulangerie Méditerranéenne) et Clément Gosselin (Maison Gosselin), trois chefs d'entreprise qui ont osé le grand saut, nous parlent de leurs choix.

Pour Virginie Gaurin, responsable de réseau des boulangeries Stéphane Moa, la décision de rénover, s'est imposée comme une évidence : « On avait une boutique qui avait 12 ans, était vieillissante et avait subi plusieurs dégâts des eaux ». Le réaménagement n'était donc pas un luxe, mais une nécessité pour redonner à la boulangerie tout son charme et toute son attractivité.

Le fondateur de La Boulangerie Méditerranéenne, David Batty, a repensé ses espaces pour incarner une vision précise : « Je voulais vraiment faire un lieu de vie plutôt qu'un lieu de passage ». Son ambition ? Créer un endroit hybride entre boulangerie, salon de thé et coffee shop, où les clients pourraient se poser, travailler ou simplement flâner. « Les gens ont envie de se faire plaisir à tout moment de la journée, pas seulement le matin en achetant une baguette », explique-t-il. Pour lui, la boulangerie doit être un espace généreux, chaleureux, presque familial.

« La boulangerie est un lieu magique. Si on ne le modernise pas, on risque de perdre des clients.

David Batty, La Boulangerie Méditerranéenne

Clément Gosselin (Maison Gosselin) a, quant à lui, privilégié l'ergonomie et la fluidité. « L'objectif principal était que l'équipe ait plus de place pour travailler », souligne-t-il. Dans une boutique où l'espace était compté, chaque centimètre gagné avait son importance. « L'endroit où il y avait le moins de place mesurait 45 cm. On est passé à 58 cm, voire 1,20 m prochainement ». Un détail qui change tout pour des équipes souvent contraintes de se croiser dans des conditions inconfortables.

Entre minimalisme et opulence

Les choix esthétiques et fonctionnels de ces trois chefs d'entreprise reflètent des philosophies radicalement différentes.

Chez Stéphane Moa, la simplicité et la modernité ont guidé le projet. « On a choisi un architecte qui nous a fait quelque chose de moderne, sans partir dans des délires financiers », précise Virginie Gaurin. Ainsi, bois naturel, verre et tons



Boulangerie Magali - Paris 11^e - ©Mosaic

« Une belle boutique donne envie d'y entrer.

Virginie Gaurin, responsable réseau des boulangeries Stéphane Moa (92)



Maison Thévenin - Paris 14^e - ©Mosaic

clairs dominent, créant une ambiance lumineuse et épurée. « Maintenant, les clients nous disent : "Qu'est-ce qu'elle est belle, votre boutique !" », s'amuse-t-elle. Pourtant, le budget était serré, et la structure de la boutique n'a pas été modifiée.

C'est un mélange d'esthétique chinée et de convivialité assumée qu'a choisi David Batty, pour raconter un peu de son histoire et de ses origines. « Ce n'est quand même pas une brocante. C'est super joli ! », décrit-il. Canapés, vaisseliers ouverts, verres et couverts sont accessibles aux clients : « Les gens se servent eux-mêmes, ramènent leurs assiettes... Cela crée une ambiance unique, comme à la maison, mais en mieux ». Présentés sur des plateaux en céramique façonnés par une artisan locale, les produits abondent : « Je déteste les pâtisseries alignées comme des bijoux qu'on n'ose pas toucher. Chez nous, c'est l'inverse : la générosité prime ».

Clément Gosselin, qui a réouvert sa boutique début septembre après des travaux « pour remettre au goût du jour », a notamment opté pour la fonctionnalité. « On a inversé les codes : les vendeurs ne sont plus contre le mur, mais au centre, et les clients longent les vitrines pour guider l'achat et éviter l'errance », dévoile-t-il. C'est assez malin. Les matériaux - bois clair, acier, pierre - sont sobres, mais efficaces. « On ne voulait pas quelque chose de trop luxueux, pour ne pas faire fuir notre clientèle habituelle », précise-t-il.

« Un espace agréable et fonctionnel est un espace où les équipes gagnent du temps et du confort.

Clément Gosselin, Maison Gosselin

DOSSIER

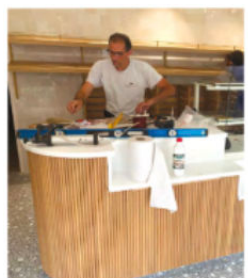
Un avant/après saisissant

Pour Virginie Gaurin, pas de doute : le réaménagement a non seulement redonné un coup de jeune à l'espace, mais a aussi boosté la fréquentation. « On a vu revenir du monde, et des nouveaux clients sont devenus fidèles », se réjouit-elle.

Pour d'autres artisans, comme chez David Batty, la transformation a été encore plus radicale, grâce à des emplacements privilégiés. « À Montrouge, la terrasse donne sur les pelouses de la Mairie. À Courcelles, on a un espace deux fois plus grand, avec une trentaine de places à l'intérieur et une terrasse ». Le panier moyen, plutôt élevé (entre 10 et 14 euros), confirme l'adhésion des clients à son concept. « Les gens viennent pour le café,



Boulangerie Magali - Paris 11^e - ©Mosaic



Maison Lecorvasier - Vincennes (94)



mais repartent avec des viennoiseries, des pâtisseries, ou même un déjeuner », observe-t-il.

Au sein de la Maison Gosselin, on mesure également l'impact de la réorganisation spatiale sur le quotidien des équipes. « Avant, on perdait du temps à se croiser, à chercher les emballages... Maintenant, tout est optimisé ». Et d'insister sur l'efficacité : « On gagne du temps, on vend mieux, et les clients sont plus satisfaits ». La preuve ? « On vend autant de café que certains amis restaurateurs... ». La climatisation, les machines supplémentaires et les espaces de travail repensés ont aussi amélioré les conditions de travail. « En plus, l'équipe est contente : l'espace est beau, propre et agréable ».

Au-delà de l'esthétique...

Rénover une boulangerie n'est pas qu'une question de look. Tous le reconnaissent : le chiffre d'affaires a augmenté après la réfection de la boulangerie. De plus, pour beaucoup, la scénographie est aussi une question de pérennité et de diversité de la clientèle. Ainsi, le concept de David Batty séduit une clientèle variée : touristes, télétravailleurs, habitants du quartier avec lesquels son équipe essaie « de créer des liens. Les employés n'étant pas des vendeurs à la chaîne, mais des hôtes ».

La boulangerie, le nouveau lieu où il fait bon aller et travailler ? Plus que jamais !

ENTRE TRADITION ET MODERNITÉ

L'EMBALLAGE PARFAIT

Notre emballage **VISIOUNE**

- Durable
- Look artisanal
- Réduit le plastique
- Eco Responsable

Un emballage **artisanal** qui révèle votre **savoir-faire**

Notre emballeuse **Cérès**

Compacte Simple Polyvalente

Étiquetage intégré !

Visitez notre site