QualiQuanti

RETIF

« La Boulangerie de demain »

Tendances & prospectives

Juillet 2013

Sommaire

Introduction

I . Authenticité, savoir-faire & hygiène

II . La temporalité de la boulangerie

III. La boulangerie, un imaginaire du passé et de la tradition

IV. Sandwicherie et pâtisserie : des imaginaires antagonistes

La boulangerie de demain : points clefs

Problématiques nouvelles des boulangeries

La boulangerie est un point de vente multi-produits. Si **le produit de base qui définit la boulangerie reste le pain**, certains points de vente se distinguent par une **proposition de sandwichs ou de pâtisserie complémentaire** qui oriente fortement l'organisation de l'espace et son décor. Qu'elle se concentre sur son cœur de métier ou se diversifie vers l'un ou l'autre de ces deux pôles, la boulangerie de demain doit faire face à de **nouveaux défis** :

- **Une <u>diversification</u> de l'offre complémentaire**

  - La demande croissante de **restauration rapide** amène certaines boulangeries à proposer un vaste choix de sandwichs et à ouvrir des espaces de restauration
  - La cohabitation classique de la boulangerie et de la pâtisserie est fortement polarisée par la **montée en gamme** générale du marché de la pâtisserie.

- **L'émergence du phénomène de la <u>retail renaissance</u> :**

  Le consommateur, aujourd'hui, bien plus mobile, n'est plus contraint de se rendre à la boulangerie de son quartier. Pour l'attirer et le fidéliser, la boulangerie se doit de se différencier de ses concurrents en soulignant dans son décor la qualité de ses produits, son authenticité, et sa spécificité.

Sommaire

Introduction

I . Les valeurs du pain

II . La temporalité de la boulangerie

III. La boulangerie, un imaginaire du passé et de la tradition

IV. Sandwicherie et pâtisserie : des imaginaires antagonistes

La boulangerie de demain : points clefs

Authenticité, abondance et hygiène

Le mot « *pain* » est un dérivé du latin « *pasco* » qui signifie « *nourrir* ». Composé de farine, d'eau et de sel, il est en effet le **produit de base de <u>l'alimentation</u>** humaine. La boulangerie (du picard « *boulenc* », soit « *celui qui fabrique des pains ronds* »), en tant que lieu de fabrication et de vente du pain, se doit d'exprimer deux valeurs clef associées au produit :

- Les **origines anciennes du pain** suscitent chez le consommateur le **besoin d'être rassuré** quant à **<u>l'authenticité</u> du produit** qu'il achète. Les productions récentes de pain industriel de goût et de qualité médiocre, malgré les efforts législatifs récents pour encadrer les procédés de fabrication et les appellations, suscitent la méfiance chez le consommateur.

- Le pain ayant vocation à être ingéré, doit être **fabriqué et entreposé dans des espaces respectant les règles de base de <u>l'hygiène</u>**. Le pain peut en effet être vecteur de nombreuses maladies, comme par exemple l'ergotisme, qui causa au Moyen-âge en Europe de véritables épidémies chez les populations. Le développement d'alcaloïde dans l'ergot du seigle qui a pris l'humidité peut être à l'origine de violentes convulsions et hallucinations.

<u>La boulangerie de demain doit</u> :
Rassurer le consommateur sur la qualité et l'authenticité du produit qu'il achète
Et sur le respect des règles d'hygiène

Mettre en scène l'authenticité d'un aliment archétypal

Le pain est à de nombreux égards l'aliment par excellence :

- Sur le plan pratique, il est **la base d'une alimentation saine** : riche en glucides complexes, c'est un aliment qui donne l'énergie nécessaire au fonctionnement du corps humain.
- Sur le plan historique, il est **l'aliment le plus ancien de l'humanité**. Son origine se confond avec celle du blé, dont la domestication remonte à plus de 12 000 avant Jésus-Christ.
- Sur le plan symbolique, c'est une des formes les plus anciennes **d'offrande aux divinités**. Réciproquement, dans la Bible, c'est le cadeau que Dieu fit aux Hébreux dans le désert (la manne).

Les consommateurs donc veulent être **rassurés sur <u>l'authenticité</u> du produit**. Les éléments du points de vente doivent renvoyer à cette **histoire riche** :

Les matériaux anciens	Le mobilier traditionnel	Les couleurs du pain
➢ **La pierre** renvoie au fournil et à la cuisson du pain ➢ **Le bois** évoque à la fois la nature et la couleur du pain cuit ➢ **La céramique** (tomettes) est celle de la cuisine traditionnelle, et évoque la cuisson du pain (c'est un art du feu)	➢ **Les meubles chinés ou de style ancien** (lasures, bois apparent, ferrures…) ➢ Les linéaires composés de **panier en osier et en bois** ➢ Les linéaires formés de **grilles de métal** (grilles utilisées en cuisine après la cuisson)	➢ **Les jaunes et les ocres** rappellent le blé et la paille ➢ **Les camaïeux de brun** évoquent les nuances de couleur des différents pains ➢ **Les blancs et les beiges** sont associés à la farine.

QualiQuanti

Des matériaux authentiques et traditionnels

Pierre	Bois	Céramiques anciennes

Des matériaux qui codent l’ancien

Un mobilier traditionnel

Grilles et paniers, les objets du boulanger et du meunier comme linéaires

Des camaïeux de bruns pour rappeler le pain

L’ocre – jaune du blé et de la paille dans les décors

Mettre en scène le savoir-faire

L'authenticité est aussi celle d'un processus de <u>fabrication</u>. La boulangerie, par opposition au dépôt de pain, est non seulement un lieu de vente, mais aussi de fabrication du pain. L'appellation « boulangerie », depuis la loi du 25 mai 1998, est réservée aux professionnels artisans qui choisissent leurs matières premières, pétrissent la pâte, en contrôlent la fermentation ainsi que la mise en forme et enfin cuisent le pain sur le lieu de vente.

- **Les <u>gestes</u>** du boulanger sont hérités d'une longue tradition de savoir-faire transmis de génération en génération et qui doit être mis en scène dans la boutique.
- **Les <u>outils</u>** du boulanger sont clef dans ce savoir-faire. L'outil mérite d'être mis en avant pour coder l'artisanat vs. l'industriel, plutôt représenté par de la machinerie complexe.
- **Le <u>métier</u>**, en tant que corps de métier, peut être évoqué à travers les codes anciens qui régissaient jusqu'à la Révolution les corporations.

L'organisation	Les matériaux qui codent l'outil	Les motifs décoratifs
➢ Le four et la cuisine visibles sont un héritage des usages médiévaux. Les échoppes des artisans étaient à l'époque ouvertes sur la rue et les règles qui régissaient les corporations obligeaient à travailler sous les yeux des passants pour éviter les fraudes et malfaçons.	➢ Le métal et le bois codent les outils (grilles, pelle à pain…) ➢ La brique est celle du four de cuisson 	➢ La mise en scène d'outils servants à la confection du pain : roue de meunier, pelle de boulanger rappellent le savoir-faire du boulanger. ➢ Les typographies manuelles ou calligraphiées évoquent les gestes du boulanger

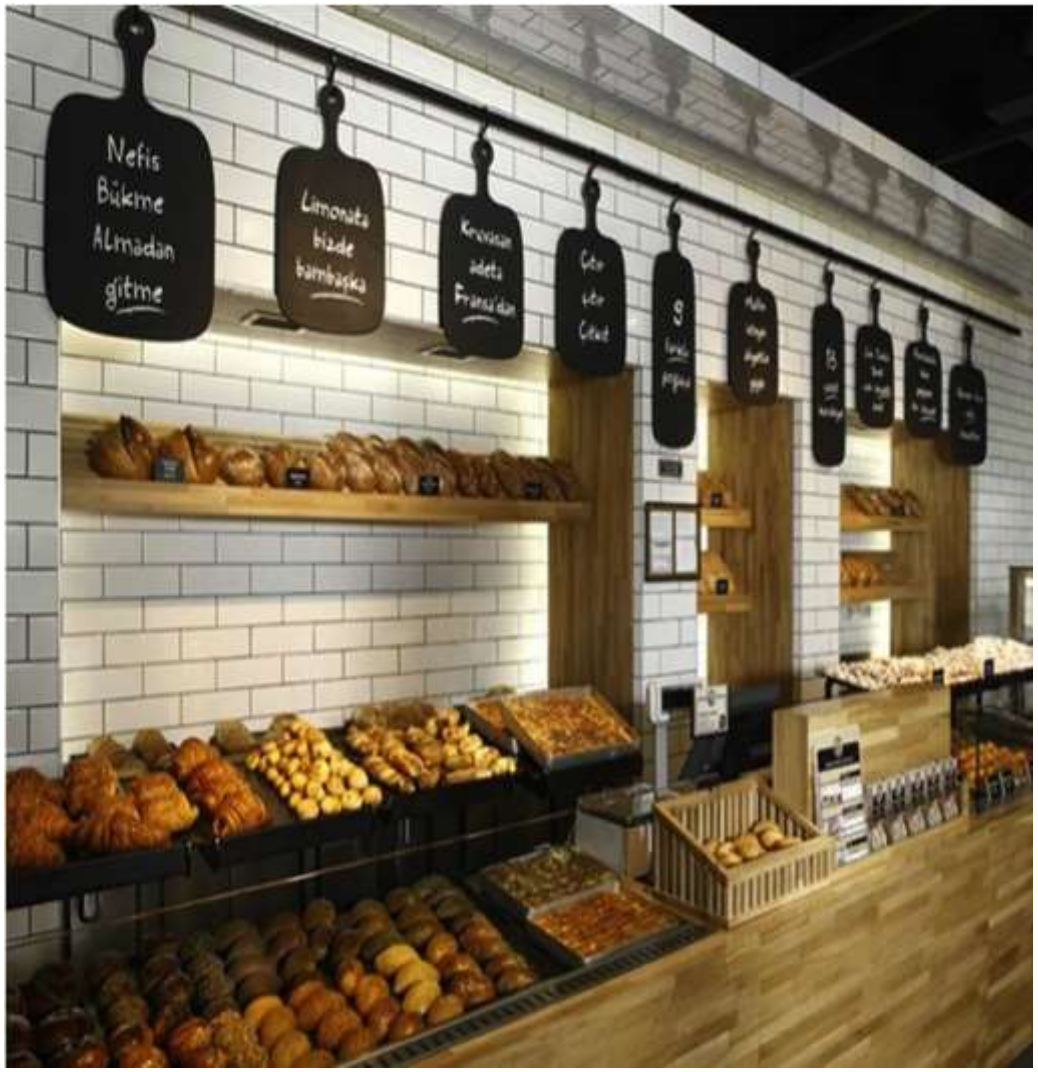
QualiQuanti

La brique du four reprise dans le décor de la boulangerie

Des cuisines et des fours visibles : une tradition médiévale

De vieux outils comme éléments de décor

Le motif de la pelle à pain



QualiQuanti

L’abondance et le partage, au cœur des valeurs du pain.

- En tant que base de l’aliment, **le pain est aussi l’aliment archétypal pour signifier le manque vs. l’abondance** (« *être au pain sec et à l’eau* », *ôter le pain de la bouche* », « *pour qui a faim, tout est pain* »). Pour désamorcer la peur du manque, la boulangerie doit **mettre en scène <u>l’abondance</u> du pain**:

  L’abondance du pain renvoie au contraire à un âge d’or, celui des Hébreux au désert pour qui Dieu faisait pleuvoir le pain (la manne). C’est l’époque de la communion entre Dieu et son peuple. Elle renvoie également au miracle, celui de Jésus qui multiplie les pains sur la montagne.

- Le pain est aussi le pain qu’on offre à son hôte en geste d’hospitalité, le pain rompu à la table commune. Le **<u>partage</u> est ainsi une valeur corolaire** de l’abondance intrinsèquement liée au pain. Partager le pain et le sel est un geste ancien d’hospitalité et d’amitié dans de nombreuses cultures: c’est par exemple l’image du pain rompu par Jésus à table avec ses disciples.

Le produit	Mobilier
➢ **Le pain présenté en vrac ou en bouquets**, dans des linéaires ou des vitrines débordantes. ➢ **Mettre en avant la variété** des formes et des goûts : un pain pour chaque jour.	➢ **Les meubles hauts** aux multiples étagères et les **linéaires communs du type panier** codent le vrac donc l’abondance. ➢ **Les tables communes** sont le lieu du partage et marquent le moment du repas.

QualiQuanti

L’abondance d’un produit central dans l’alimentation

La table commune pour un repas partagé

Mettre en scène l'hygiène

La boulangerie est un espace où se font trois activités nécessitant un cadre dépourvu de microbes :

- La **fabrication** du pain
- Le **stockage** et la vente du pain
- Parfois, la **dégustation** du pain et des produits dérivés

L'espace de la boulangerie **tient à la fois de la cuisine, du garde-manger et de la salle à manger**. Comme tout lieu associé à l'univers alimentaire, il doit nécessairement **coder <u>l'hygiène</u>**:

Les matériaux	Le mobilier
➢ **Céramique et marbre** sont des matériaux lisses et facilement lavables. Ils sont associés à la cuisine et la salle de bain. ➢ **Le verre** représente la transparence : sa propreté est un gage d'hygiène et de sérieux.	➢ Les **vitrines réfrigérées** conservent et protègent ➢ Les **paniers en osier** forment une barrière de protection ➢ Les **étagères hautes** éloignent le pain du sol donc des saletés et animaux nuisibles.

L'hygiène est particulièrement importante pour les boulangeries/sandwicheries et à l'international:

- **Les pays anglo-saxons et nordiques** sont plus exigeants concernant l'hygiène des produits frais (cf. méfiance vis-à-vis des fromages non pasteurisés).
- **Les boulangeries-sandwicheries** utilisent des produits frais qui nécessitent un contrôle de la propreté plus sérieux encore que pour du pain (viande, fruits & légumes).

QualiQuanti

Une prédominance de la céramique et du marbre dans les pays du Nord

Les aliments protégés par une vitrine

QualiQuanti

Les pains disposés en hauteur

Sommaire

Introduction

I . Les valeurs du pain

II . La temporalité de la boulangerie

III. La boulangerie, un imaginaire du passé et de la tradition

III. Sandwicherie et pâtisserie : des imaginaires antagonistes

La boulangerie de demain : points clefs

La temporalité de la boulangerie

- Le pain est traditionnellement le produit central d'une alimentation équilibrée. L'alimentation humaine se structurant en repas, pris à un moment donné, une heure précise, **le pain est donc soumis à une <u>temporalité spécifique</u>**.

- Si le produit de base qui définit la boulangerie reste le pain, certains points de vente se distinguent par une **proposition complémentaire de sandwichs ou de pâtisserie** qui vient orienter la temporalité traditionnelle du pain :

  - **<u>Des boulangeries – sandwicheries</u>** : visant un public de travailleurs ou d'étudiants, elles diversifient leur offre vers un choix de restauration rapide. Le sandwich est associé au **repas pris sur un temps court**, à midi et souvent au travail.

  - **<u>Des boulangeries – pâtisseries</u>** : le boulanger peut aussi diversifier son activité vers une offre plus « sucrée » avec un choix de pâtisseries plutôt orientée vers une consommation « plaisir ». La pâtisserie est associée à **l'heure du goûter** et implique un **temps long**, celui de la pause.

<u>La boulangerie est appelée être :</u>
Un lieu de restauration associé à un moment spécifique de la journée et à une temporalité particulière

QualiQuanti

Le boulanger – restaurateur

- En conséquence de cette diversification de l'offre, on remarque une **évolution de la fonction du lieu** qu'est la boulangerie de celle **de strict espace de fabrication et de vente à celle d'espace de restauration**.

- Les gens viennent en boulangerie en **prévision d'un repas**. Traditionnellement, le client achetait son produit en boulangerie pour le consommer ailleurs (chez lui, dans le train, au bureau, sur un banc). La boulangerie de demain aurait intérêt à **développer des espaces de restauration** pour offrir à son client une **expérience holistique** autour du produit.

Selon le type de produits que propose la boulangerie (pain et viennoiseries, sandwichs, pâtisseries), l'espace de restauration est amené à être organisé et décoré différemment :

La cuisine / cantine	Le bar	Le salon de thé
La boulangerie peut permettre de prendre un repas en commun. ➢ **Tables communes** ➢ **Céramique, marbre et verre** pour évoquer le repas informel pris dans la cuisine. ➢ **Bois et pierre** pour évoquer la salle à manger d'une maison ancienne	La boulangerie permet aux travailleurs pressés de prendre un repas rapide. ➢ **Les sièges hauts** codent la rapidité : on ne s'installe pas. ➢ **L'accessibilité** est clef dans la présentation des produits ➢ **Des listes de produits ou d'ingrédients** met en avant le choix.	La boulangerie est parfois le lieu du plaisir et de la pause (viennoiseries, pâtisseries): ➢ **Les fauteuils confortables** et /ou le présence d'**une terrasse** codent un temps long ➢ La **mise en avant des produits sucrés** et des pâtisseries permet d'éveiller les sens (couleurs, odeurs)

QualiQuanti

Le pain, objet du quotidien

Le pain est structurée par une temporalité longue, qu'illustre l'image du pain qui repose pour lever avant d'être cuit. En tant que base de l'alimentation humaine, il est un objet quotidien structuré par le calendrier. Sa temporalité entrecroise plusieurs de ses valeurs :

- **Une temporalité de l'ingrédient :** la temporalité du pain, c'est celle du blé, de la pluie qui le fait pousser et du soleil qui le fait mûrir, marquée par les saisons.
- **Une temporalité du travail** : le pain est lié au calendrier traditionnel du travail rural. La temporalité du pain est donc aussi celle des cultures : labourage, semis des céréales, moisson…
- **Une temporalité liturgique :** dans le rite chrétien, c'est le pain qui, par le mystère de la transsubstantiation, devient le corps du Christ au cours de l'Eucharistie. La temporalité du pain est ainsi aussi celle du calendrier liturgique (Noël, Pâques).

Mobilier	Les vitrines
➢ **Les meubles anciens ou de style ancien** peuvent coder le temps long, vieillis (lazures, non vernis …) ➢ **Les tables communes** sont celles du temps long, du repas partagé auquel on accorde du temps.	➢ **Les décors peints et les stickers en vitrine** peuvent ponctuellement venir animer le temps de la boulangerie, avec des scènes adaptés à chaque moment de l'année : Noël, Pacques, rentrée scolaire, grandes vacances…

QualiQuanti

Un mobilier veilli marqué par le temps et conçu pour prendre son temps

Les décors des vitrines pour illustrer le calendrier de la boulangerie

Le moment du repas

Le pain est au cœur du repas : il peut être consommé en accompagnement, mais aussi être central dans la composition du plat. Le repas traditionnel de l'ouvrier dans l'imaginaire collectif reste ainsi la baguette au jambon et au beurre. De nombreuses boulangeries proposent ainsi **une offre de repas rapides**: pains spéciaux garnis, sandwichs, quiches... **À emporter ou consommer sur place**.

- La problématique centrale de ce repas « sur le pouce » est le temps: la boulangerie qui oriente son offre vers le repas de midi doit favoriser dans son offre et sa mise en scène **la rapidité,** et donc également **l'accessibilité**.
- Les clients de repas rapides sont également préoccupés par la **fraicheur des aliments**, notamment lorsqu'ils comprennent de la viande et des légumes.
- **Le choix** est une valeur ajoutée pour la boulangerie et permet la fidélisation : un pain différent chaque jour.

La couleur	Mobilier	Les produits
➢ Pour une offre de boulangerie orientée vers la restauration, **le vert** peut permettre de coder le bio, la naturalité et la fraicheur des ingrédients	➢ **Le tabourets de bar** code le repas rapide vs. les tables communes pour un repas partagé ➢ **Les ardoises** et affichages qui listent les ingrédients/ produits permettent d'illustrer la variété	➢ L'accessibilité des produits se traduit par des **linéaires libre-service** ➢ Les **packagings transparents** garantissent la fraicheur et la qualité tout en étant pratiques.

QualiQuanti

Des tabourets hauts pour un repas rapide

Des listes d'ingrédients pour mettre en scène la variété

Des produits accessibles et prêts à emporter

Le moment de la pause

Le pain est aussi l'aliment que l'on grignote entre les repas. Associé au chocolat, **c'est le goûter traditionnel** des enfants. La viennoiserie, voire la pâtisserie, oriente la boulangerie vers une autre temporalité : celle du goûter, celle du **temps long de la pause**.

- Le moment de la pause gourmande que l'on s'accorde est un moment pour soi, un « luxe » qu'on s'offre et qui implique un **temps long**.

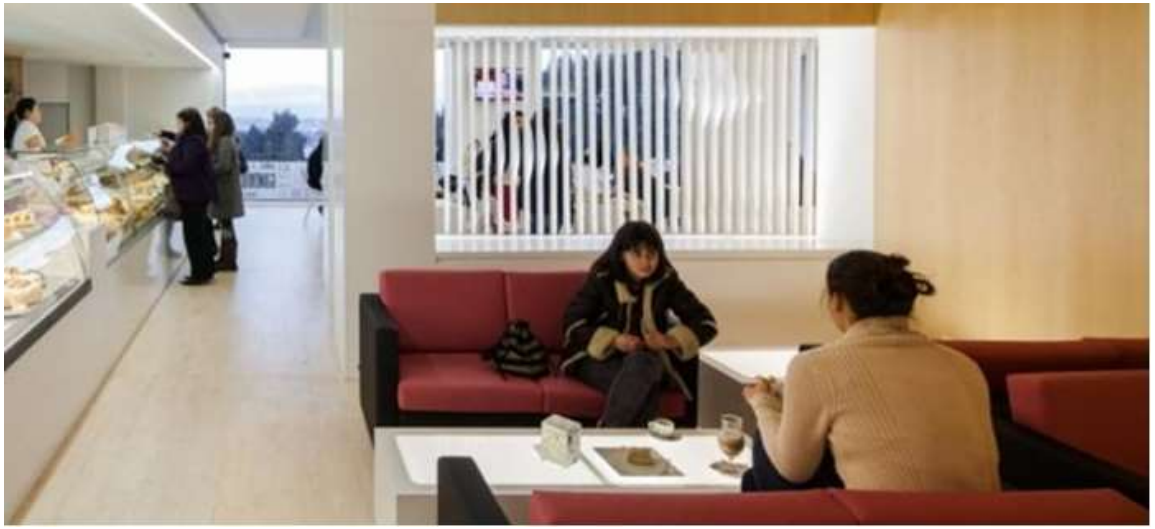
- C'est **le plaisir** la valeur que recherche le consommateur (vs. la rapidité) à l'heure du goûter. Ce plaisir est **multi-sensoriel** : goût, sensations (croquant, moelleux, fondant), odorat, vue…

Les produits	Mobilier et organisation
➢ Mettre en avant la viennoiserie ou une offre complémentaire de produits sucrés complémentaires (bonbons, pâtisseries, confiture) permet à la boulangerie d'insister sur sa dimension de plaisir : **table dédiée** à l'entrée de la boutique, **plateaux** sur le comptoir, **meuble réfrigéré** séparé…	➢ Des **fauteuils confortables** et des **tables basses** qui ne sépare pas les gens attablés (moment de la confidence) codent le temps long de la pause. ➢ La **mise en place d'une terrasse** est une manière de proposer un lieu de détente. ➢ L'introduction de **couleurs vives** dans le décor fait écho au sucré de la viennoiserie et de la pâtisserie.

QualiQuanti

Les produits sucrés valorisés pour inviter le visiteur à une pause gourmande

Des terrasses et des fauteuils confortables pour un moment de pause



Sommaire

Introduction

I . Authenticité, savoir-faire & hygiène

II . La temporalité de la boulangerie

III. La boulangerie, un imaginaire du passé et de la tradition

IV. Sandwicherie et pâtisserie : des imaginaires antagonistes

La boulangerie de demain : points clefs

Les défauts de la boulangerie banale

Il existe des erreurs à ne pas commettre dans l'agencement et le décor d'une boulangerie, pour **éviter d'envoyer des messages contraires au consommateur**. On remarque ainsi chez un grand nombre de boulangeries :

- **Une certaine <u>hétérogénéité du décor</u>**, disparate, qui crée un sentiment de **désorganisation** : la juxtaposition d'effets (par exemple une multiplicité de matériaux différents, des produits traditionnels comme le pain et artificiels, comme les bonbons) crée un désordre.

- **<u>Un éclairage néon très lumineux</u>** qui, loin de mettre en valeur les pains, **code l'artificiel vs. l'artisanal** et l'authentique. La lumière très blanche et très éclairante code par ailleurs plutôt la transparence et est ainsi associé aux univers du médical (pharmacie) vs. des lumières jaunes, diffuses qui sont celles du foyer, du chaleureux.

- **<u>Des packagings basiques et standardisés,</u>** avec une valeur imaginaire limitée :

- **Le pain** est souvent roulé dans un papier qui ne le protège que peu du contact avec l'extérieur et ne protège pas du tout le consommateur des miettes et de la farine.
- **Le sandwich** peut aussi être roulé dans un papier ou un carton souple qui ne résiste pas assez au liquide des légumes pour protéger le consommateur et complique la prise en main
- **Les pâtisseries** sont dans des boîtes indifférenciées et au carton trop souple pour protéger le produit, ce qui complique leur transport .

Les défauts des boulangeries classiques : hétérogénéité et artificialité

Vers des packagings plus élaborés

Sandwich	Pains et brioches	Pâtisseries

Du savoir-faire à l'art de vivre

Face à la concurrence des pains industriels, c'est **son authenticité** (sensible dans le décor, le mobilier, les linéaires), mais aussi **son ancrage dans le passé** que doit mettre en scène la boulangerie traditionnelle :

- **La mise en avant du savoir-faire** : la différence avec le pain industriel, c'est le travail du boulanger. Outre les motifs d'outils et les cuisines ouvertes, il peut être mis en avant par **un décor qui met en avant le travail de la main** (typographies, géométrie...)

- **L'évocation d'un art de vivre** : la boulangerie représente aussi un art de vivre (le Parisien à béret, baguette sous le bras) qui peut être suggéré par **le décor des vitrines comme du point de vente**.

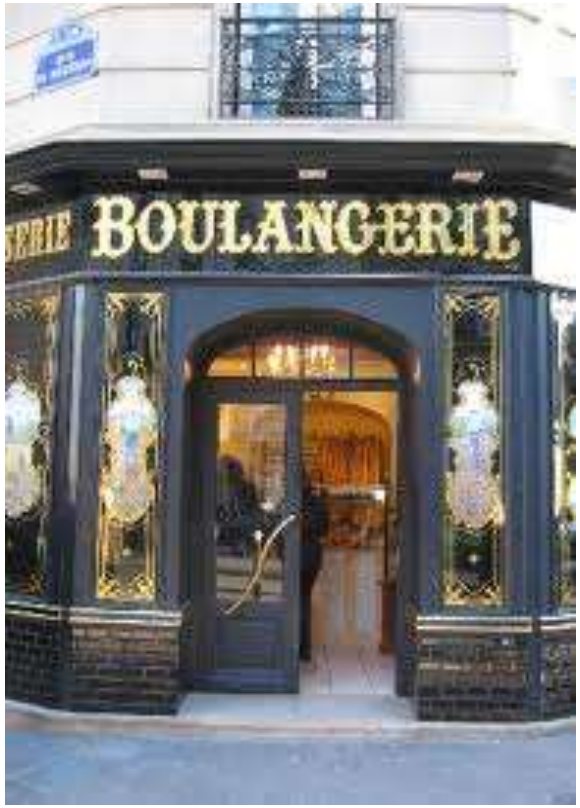
Objets de décor	Motifs décoratifs	Typographies
➢ Des outils disposés dans la boulangerie permettent de coder le savoir-faire du boulanger. ➢ Des objets quotidiens ancrés dans le temps suggèrent l'art de vivre associé au pain	➢ Les scènes d'Epinal (Noël, moulin en bord de ruisseau, boulanger au travail), notamment en vitrine, en peinture pochoir ou autocollant, permettent d'évoquer un art de vivre ancien idéalisé.	➢ Les typographies manuelles évoquent la main, donc le savoir-faire du boulanger ➢ Les calligraphies renvoient à un imaginaire de l'ancien ➢ Les fonds d'ardoises pour indiquer les prix, les ingrédients, codent l'école d'autrefois

QualiQuanti

Des façades anciennes qui renvoient à un art de vivre ancien

Des écritures manuelles : la main du boulanger

Les calligraphies anciennes : la main du boulanger



Des objets qui renvoient à un art de vivre traditionnel

La glorification du pain

Face à la concurrence des pains industriels, qui ne sont qu'un produit parmi d'autres dans le linéaire, la boulangerie traditionnelle à intérêt à mettre en valeur ce qui la définit : le pain.

La glorification du produit, sa mise en valeur, permet d'attirer l'attention du consommateur sur la **spécialisation du boulanger** (vs. l'offre globale standardisée du supermarché ou du dépôt de pain).

Produits	Motifs décoratifs	Packagings
➢ Les **éclairages clair-obscur** mettant en scène le pain sortant de l'ombre rappellent les natures mortes flamandes, codant ainsi la richesse symbolique du pain.	➢ Les jeux géométriques rappellent les formes des pains ➢ Les motifs d'épi et de craquelure (qui rappellent les croûtes des pains), permettent de renvoyer au produit	➢ Les paquets à fond plein évitent les miettes des pains et sandwichs ➢ Les viennoiseries/pâtisseries sont des aliments plaisir : ils doivent être protégés par des packagings solides (carton dur), et mis en valeur par la qualité esthétique du packaging. Celui-ci peut varier selon l'occasion.

Il existe une grammaire du pain : les formes des pains impliquent des **positions symboliques** (la baguette est verticale comme un épi de blé vs. le sandwich couché).

QualiQuanti

La mise en lumière du pain

QualiQuanti

La grammaire du pain : gerbes de baguettes verticales et pains arrondis et tranchés horizontaux

Des motifs décoratifs qui renvoient au pain : craquelures et gerbes de blé

Sommaire

Introduction

I . Authenticité, savoir-faire & hygiène

II . La temporalité de la boulangerie

III. La boulangerie, un imaginaire du passé et de la tradition

IV. Sandwicherie et pâtisserie : des imaginaires antagonistes

La boulangerie de demain : points clefs

QualiQuanti

Sandwicherie et pâtisserie, deux imaginaires antagonistes 1/2

Avec la diversification de son offre, la boulangerie se rapproche de plus en plus de deux types de commerce à l'origine distincts d'elle : **la sandwicherie** et **la pâtisserie**. Ces trois univers doivent répondre à des problématiques distinctes et font référence à des univers imaginaires différents.

Il y a de fortes différences entre ces trois types de commerces. La boulangerie, toutefois, selon ses spécialités, crée **des juxtapositions** et **des mixages** avec ces deux univers connexes. Connaître les codes de la sandwicherie et de la pâtisserie permettra à une boulangerie de construire un décor et une atmosphère en accord avec **ses spécificités et sa fonction pour le consommateur** (vente/restauration).

Sandwicherie	La boulangerie	Pâtisserie
Sandwichs, tartes salées, soupes Sandwich = **assemblage disparate** au centre d'un pain **Praticité** du produit, du packaging et du point de vente Références à **l'urbain** (street art) **Restauration rapide**	Pains, viennoiseries Pain = **forme moulée** ou pétrie par la main d'un boulanger **Authenticité** du produit, du packaging et du point de vente Références à **l'artisanat** Héritage de la **tradition médiévale**	Pâtisseries, chocolats Pâtisserie = **sculpture, architecture** en sucre **Qualité esthétique et sensorialité** du produit, du packaging et du lieu Références à la **muséographie** Emprunts à l'univers du **design**

QualiQuanti

La sandwicherie

- Le sandwich répond à un **besoin de <u>rapidité</u> et de <u>praticité</u>** : ces problématiques doivent être mises au cœur de la conception du point de vente (linéaires, espace de restauration), et des produits (accessibilité, packagings…)

- Le sandwich est par essence un **<u>assemblage hétéroclite</u>, disparate, d'aliments au centre d'un pain**. Cette dimension d'hétérogénéité est par essence également celle de la ville. Le sandwich est en effet devenu le repas urbain par excellence, celui du travailleur pressé. C'est pourquoi la sandwicherie emprunte souvent **aux <u>codes de l'urbain</u>, voire même du street art**.

Le supermarché

Plus le point de vente s'éloigne de la boulangerie et du pain, plus il s'écarte des codes de la cuisine pour adopter ceux du **<u>supermarché</u>** :

- Omniprésence des **linéaires libre-service** formant des allées dans le point de vente
- Mise en scène du choix : **linéaires pleins**, **listes d'ingrédients** et de produits affichés.
- **Produits préemballés** en vue d'une prise en main optimale et d'une bonne conservation.

La ville

Pour assurer une montée en gamme, la sandwicherie emprunte parfois aux codes de l'art, et notamment du **<u>street art</u>**:

- Les **couleurs signalétiques** des packagings et des décors
- Les **décors industriels** d'anciennes usines
- Les **inscriptions** en écho à l'art du graffiti, qui d'ailleurs souvent font preuve d'humour (complicité, connivence autour du sandwich).

QualiQuanti

Sandwicheries et art de la ville

La sandwicherie – superette

Des packagings signalétiques qui facilitent la conservation et la dégustation

QualiQuanti

La pâtisserie

- La pâtisserie, comme le doux et le sucré, est généralement **associée à des univers <u>féminins</u>**. La pâtisserie et le salon de thé sont historiquement un lieu de rencontre pour les femmes (vs. le café et le bar). Parce que la pâtisserie renvoie également à la pause et au plaisir, ce sont souvent des **univers précieux et délicats** qui expriment le mieux ces valeurs.

- La pâtisserie, par rapport au pain, objet traditionnel et rustique, est un **produit sophistiqué**, qui demande un savoir faire plus proche de **l'architecture** ou de **l'orfèvrerie**. C'est un produit **multi-sensoriel**, mais aussi quasiment **un <u>objet artistique</u>**, a forte dimension muséographique.

- La pâtisserie comporte une forte **<u>dimension cérémonielle</u>**. Parce qu'elle est associée à la pause et au plaisir, mais également pour sa valeurs possible de cadeau. C'est pourquoi la présentation (sur place/packaging) doit être particulièrement soignée.

Le boudoir	Le retour à l'enfance	L'hyper-luxe
➢ Les couleurs pastels (la crème), et les couleurs vives (les fruits). ➢ Un mobilier courbe de boudoir (style Louis XVI) ➢ Une profusion de motifs décoratifs féminins (courbes, arabesques). ➢ Des produits-bijoux sous cloche ou dans des vitrines - écrins	➢ Les couleurs très vives et contrastantes (rose bonbon) ➢ Des produits présentés dans des bonbonnières ➢ Les linéaires qui utilisent le jeu pour présenter les produits (une planche de moules à cupcakes qui sert de linéaire).	➢ Des décors sobres, noirs et blancs, ou qui empruntent à l'univers du design (motifs cubistes, jeux architecturaux) ➢ Une présentation muséographique des produits : casiers, vitrines plates.

QualiQuanti

La boulangerie boudoir dans des couleurs pastels

La boulangerie boudoir aux couleurs vives

Le retour en enfance : la gourmandise retrouvée

QualiQuanti

La pâtisserie de luxe : entre design et muséographie

Des produits - bijoux uniques

Sommaire

Introduction

I . Authenticité, savoir-faire & hygiène

II . La temporalité de la boulangerie

III. La boulangerie, un imaginaire du passé et de la tradition

IV. Sandwicherie et pâtisserie : des imaginaires antagonistes

La boulangerie de demain

1. La boulangerie, un espace authentique et historique

La boulangerie, notamment dans les pays latins, hérite d'un savoir-faire ancestral et d'une longue tradition culturelle qui doivent être codés dans le point de vente pour rassurer le client

Matériaux	Mobilier	Décors
➢ La pierre, le bois et la céramique des maisons anciennes. ➢ Le métal, le bois et l'osier des outils du boulanger et du meunier. ➢ La brique du four de cuisson	➢ Du mobilier vintage ➢ Du mobilier de maison ancienne (buffet, étagères) ➢ Les meubles hauts aux étagères nombreuses codent l'abondance d'un âge d'or révolu	➢ Les ocres et les marrons du blé et du pain ➢ Les blancs et les beiges de la farine ➢ Les motifs d'outils ➢ Les typographies manuelles ou calligraphiées évoquent la main de l'artisan ➢ Le four et la cuisine visibles sont une tradition médiévale qui permet de mettre en scène le travail du boulanger.

Les pays anglo-saxons et nordiques sont moins sensibles à la dimension d'authenticité et d'historicité de la boulangerie et valorisent des mises en scènes plus orientée vers l'hygiène (céramique, marbre et verre omniprésents)

QualiQuanti

2. Glorifier le pain

Parce que c'est le pain qui porte en lui des valeurs fortes et profondes, la boulangerie doit impérativement mettre en valeur ce produit phare dans son décor et son organisation.

.

Le respect de la grammaire du pain est essentielle à la mise en valeur des produits.

La mise en valeur de l'objet

- Les éclairages en clair-obscur faisant apparaître le pain comme l'objet central d'une nature morte
- Les jeux géométriques avec les pains ou qui rappellent leurs formes
- Les motifs d'épis ou de craquelure
- Des packagings adaptés qui mettent les produits en valeur, facilitent leur prise en main et leur dégustation.

La mise en valeur d'un art de vivre

- Les motifs d'objets du quotidien qui viennent enrichir le décor de la boulangerie
- Les décors de peinture ou pochoir en vitrine type images d'Epinal du Parisien à béret ou au contraire de la ruralité associée au blé
- Les typographies anciennes
- L'usage de l'ardoise en affichage (prix et affichages monumentaux).

QualiQuanti

3. La boulangerie et le lien avec le temps

La boulangerie, par les valeurs symboliques du pain, doit mettre en scène deux temporalités croisées : celle du calendrier du pain et celle des repas.

La boulangerie de demain à tout intérêt à développer des espaces de restauration attenants pour offrir au visiteur une expérience holistique sur le point de vente.

Le calendrier de la boulangerie	Le pain au centre de la journée
➢ **Les décors peints et les stickers en vitrine** peuvent ponctuellement venir animer le temps de la boulangerie, avec des scènes adaptés à chaque moment de l'année : Noël, Pacques, rentrée scolaire, grandes vacances…	➢ La table commune est celle du repas pris en commun ➢ Les tabourets hauts, au contraire, sont adaptés à une offre de restauration rapide. ➢ Les terrasses et le mobilier confortables sont associés au goûter et à la pause

Selon la spécificité de son offre, la boulangerie est amenée à choisir si sa temporalité est celle du repas commun, du repas rapide ou de la pause pour choisir un décor et un mobilier adaptés à l'expérience qu'impliquent ses produits.

QualiQuanti

4. Typologie comparative

La boulangerie tend à développer des offres complémentaires de sandwicherie ou de boulangerie. Cette spécialisation implique des orientations différentes des valeurs traditionnelles du pain.

La boulangerie, pour illustrer cette offre complémentaire, peut choisir de mixer son univers avec ceux de la sandwicherie ou ceux de la pâtisserie :

1. La sandwicherie

- Insistance sur l'hygiène
- Moment du repas
- Praticité du produit, du packaging et du point de vente
- Références à l'urbain (street art)

La sandwicherie emprunte aux univers du street art et/ou du supermarché.

2. La boulangerie

- Insistance sur l'authenticité
- Objet quotidien
- Différenciation possible par le packaging (plus pratique et plus esthétique)
- Références à l'artisanat

La boulangerie est un lieu à forte dimension symbolique et historique qui se doit de mettre en scène son savoir-faire et son ancrage dans le temps.

3. La pâtisserie

- Insistance sur la sensorialité du produit
- Moment de la pause
- Montée en gamme vers un produit de luxe
- Référence à l'art (muséographie) et au design

La pâtisserie est un univers multi-sensoriel, qui emprunte aux codes de l'art et du luxe.

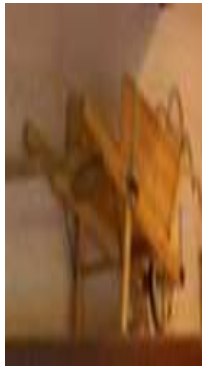
Les motifs de la boulangerie

L'épi de blé	Le sac de farine	La craquelure

Ces motifs, qui renvoient plus ou moins explicitement au pain, permettent à la boulangerie de mettre en avant et de glorifier le produit qui est son cœur de métier

La brouette	La pelle à pain

La brouette et la pelle à pain, outils du meunier et du boulanger, renvoient au métier, à l'histoire et au savoir-faire autour du pain



QualiQuanti

Des couleurs types pour distinguer boulangerie, sandwicherie et pâtisserie

Le jaune	Les camaïeux de brun	Le vert

Ces gammes codent la boulangerie
Ce sont les couleurs du blé et du pain

C'est la sandwicherie
Le vert rassure sur la naturalité

Les pastels du boudoir	Couleurs vives

Ces gammes colorées sont celles de la boulangerie:
Les pastels, associés au blanc, évoquent le lait, la crème; le rose le sucré et les couleurs vives les fruits.

Conclusion

Selon son offre de produit et son savoir-faire le boulanger aura dans son points de vente le choix d'insister sur certains aspects de son métier et de ses produits plutôt que d'autres :

Restauration rapide	⟷	**Dégustation**
Hygiène	⟷	**Naturalité**
Fraicheur du produit	⟷	**Sophistication du produit**
Praticité	⟷	**Confort**