

ENVIRONNEMENT
La fortune des entrepreneurs

WEB 2.0
Les Français contre-attaquent

LOUIS THANNBERGER
Les Chinois vont arrêter l'export

ROBERT LAFONT
Le secret du Président

TOP BUSINESS
Nutrition & Santé
Vincent Bolloré
Avanquest Software
1001 listes
Michel & Augustin

MICHEL CLERC
Le rugby, la retraite et moi

Thierry Timsit
Astorg Partners

Reprendre une affaire

Financement : les atouts du LBO
Nombreuses PME à transmettre

MAITRE DOMINGUEZ
Les abus du travail clandestin

MANAGEMENT
Informatique et réseaux
Dossier mobilité

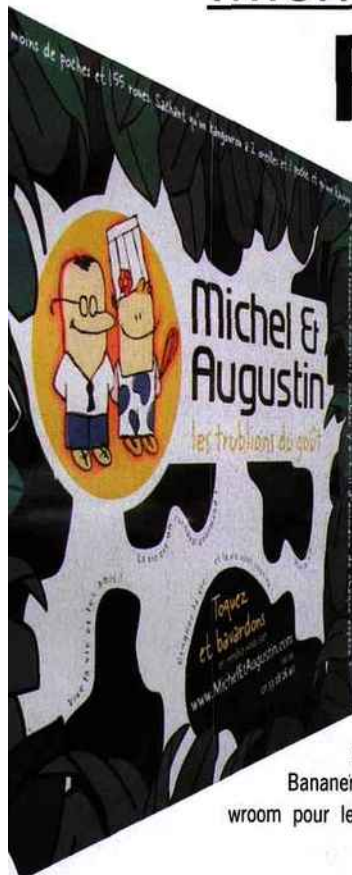
Astorg Partners
Thierry Timsit
Joël Lacourt
Xavier Moreno

Lafont presse

917 3 40 8 - TDM/Avant 900 XPF

Michel & Augustin

Petits princes du sablé



Michel & Augustin, c'est l'histoire de deux amis d'enfance qui décident un jour de faire des biscuits. Ces derniers se vendent tellement bien qu'une gamme de produits laitiers voit le jour deux ans plus tard. Et l'aventure ne fait que commencer...

Chaque premier jeudi du mois, rue de Pondichéry dans le 15^{ème} arrondissement de Paris, une drôle de fête bat son plein. Passants, curieux et habitués se retrouvent autour de petits biscuits sablés et de yaourts à boire. Le lieu s'appelle la Bananeraie et fait office de bureau-laboratoire-showroom pour les nouveaux trublions du goût : Michel &

Augustin. Loin du costume cravate, ces entrepreneurs d'un nouveau genre misent sur des ingrédients simples, une bonne dose d'humour et un maximum de bouche à oreille. Une recette qui semble leur réussir.

Changement de cap

Augustin Paluel-Marmont et Michel de Rovira ont un peu réalisé le rêve de tous les amis d'enfance : monter une société ensemble et rencontrer le succès. Après l'école, Michel devient banquier à New York puis consultant en stratégie à Paris pendant 5 ans. De son côté, Augustin fait un passage en tant qu'analyste stratégie au Club Med, co-fonde Pertinence Data Intelligence (un éditeur de logiciels d'aide à la décision) et expérimente le marketing chez Air France. Deux carrières a priori à des années lumières de la pâtisserie et de la franche rigolade. Augustin explique les raisons d'un départ inévitable : "Je ne suis pas fait pour travailler dans une grande boîte. Pour moi, un individu a plus de valeur ajoutée dans une petite structure. L'investissement que j'y consacre doit avoir un impact direct et visible". Au même moment, Michel rêve aussi d'une aventure un peu plus opérationnelle et plus complète. Et quel meilleur moyen de s'impliquer que de devenir chef d'entreprise ?

“ L'investissement que je consacre à une société doit avoir un impact direct et visible. ”

Michel & Augustin en chiffres

Une équipe de **15** personnes (vache comprise), dont **6** commerciaux

28 références en magasin (biscuits salés ou sucrés, vaches à boire, vaches givrées)

120 points de vente en 2005, plus de **2.800** aujourd'hui

Depuis avril 2005, plus de **250** apparitions dans les médias

Environ **100.000** visites chaque mois sur www.micheletaugustin.com

50.000 internautes abonnés à la "feuille de bananier", la newsletter

Les mains dans la farine

Ne trouvant pas son bonheur chez Air France, Augustin décide de mettre son temps à profit pour se perfectionner dans un nouveau domaine : "Je voulais apprendre un métier manuel. Et comme j'aimais bien le pain et que j'avais une boulangerie en bas de chez moi, je me suis fait engager en tant qu'apprenti. Le matin je portais les sacs de farine et >>





>> Nous avons des tempéraments, des compétences et des envies complémentaires.

>> *"l'après-midi j'étais au four". Petit à petit, le métier rentre et c'est à la sortie de son épreuve de CAP boulangerie qu'Augustin a une révélation : "Je venais de passer 6 heures à faire du pain et j'ai déjeuné dans une brasserie où il était franchement mauvais. C'est quand même un comble pour la capitale mondiale du pain ! J'ai donc eu l'idée d'écrire un guide pédagogique des boulangeries de Paris".*

Ni une ni deux, Augustin appelle son ami Michel et tous deux sillonnent la ville pendant un an, visitent ses 1.263 boulangeries et rédigent un guide* sur le bon pain et les établissements où le trouver. Le livre est un succès qui est même traduit en anglais et en japonais. De fil en aiguille, une vieille idée d'Augustin refait surface : *"J'ai toujours voulu me lancer dans une aventure gourmande, un peu décalée. J'avais plusieurs idées en tête et la plus simple était de faire des biscuits chez moi".* De la cuisine à l'épicerie, il n'y a parfois qu'un pas.

Fidèles à un esprit

Les deux acolytes démarrent avec trois recettes (beurre un peu salé, gouttes de chocolat et pavot vanille) et démarchent les boutiques et épicerie aidées d'une bande d'amis. En 2005, la jeune entreprise ne compte que 120 points de vente et les livraisons se font en roller, dans un Kangoo pour les plus grosses commandes... Aujourd'hui, les biscuits sont disponibles dans 2.800 adresses et il faut compter sur un semi-remorque pour les acheminer d'un point à un autre.

Maintenant qu'une véritable équipe s'est constituée, les rôles sont parfaitement définis au sein du tandem : Augustin gère toute la partie développement de produits, marketing, communication et commercial tandis que Michel fait tout le reste : pilotage économique, logistique, production... *"C'est comme dans une vie de couple, il y a toujours des hauts et des bas. Mais on travaille en toute confiance. On a des tempéraments, des compétences et des envies complémentaires".* Pour les deux amis, il s'agit avant tout d'une aventure humaine qu'ils n'auraient pas pu envisager seuls.

Interrogé sur l'industrialisation de la marque qui a séduit avant tout par son côté artisanal, Augustin se défend : *"Pour moi, artisanal ne veut rien dire. Nos biscuits sont meilleurs*

Leur avis sur...

Le paquet fiscal prévoit un allègement des charges fiscales pour les employeurs qui permettent à leurs salariés de faire des heures sup'. Qu'en pensez-vous ?

Je ne me sens pas concerné par ce genre de mesure même si je trouve cela très bien. Pour ma part je ne sais pas ce qu'est qu'une heure sup' ! En fait, nous ne comptons pas nos heures ici...

Que diriez-vous à Jacques Attali, président de la nouvelle commission chargée d'étudier les "freins à la croissance" ?
Il y a en France beaucoup de gens qui ont envie d'entreprendre mais qui n'osent pas franchir les étapes. Je suis pour une flexibilité totale du marché de l'emploi. Bouger n'est pas si compliqué que ça. Je suis également scandalisé par les employés qui négocient un licenciement pour toucher les Assedic au lieu de démissionner.



depuis qu'ils sont fabriqués en quantités industrielles. On a gardé les mêmes recettes et la même qualité d'ingrédients". Quant au charme de l'aventure, il n'a pas faibli grâce à l'état d'esprit qui règne à la Bananeraie : "Que l'on soit 10 ou 1.000, tant que Michel et moi sommes là, il n'y a pas de risque que ça change. Je n'ai pas peur de perdre ce côté proche et un peu décalé car il fait partie de nous".

Un marketing original

Les biscuits ronds et bons de Michel et Augustin doivent leur succès à un nombre incalculable de tentatives échouées, aux conseils avisés de leurs grands-mères et aussi beaucoup, c'est vrai, à un marketing original et proche des gens. La Bananeraie est ouverte au public qui peut passer discuter avec l'équipe, échanger des idées et donner son avis sur les nou-

“ Je suis un peu le français moyen et quand je ne trouve pas ce que je cherche sur le marché, je décide de le créer. ”

veautés. Ces dernières, comme la vache à boire ou la vache givrée, naissent tout naturellement : "C'est toujours une démarche très intuitive. Je suis un peu le français moyen et quand je ne trouve pas ce que je cherche sur le marché, je décide de le créer".

Le packaging est sympa, rigolo, décalé comme en témoignent les vaches qui scandent "boivez-moi !" sur les bouteilles de yaourt liquide. Quant aux opérations marketing, les dégustations surprises dans les magasins ou les défilés de vaches dans le métro captent l'attention à coup sûr. En l'état actuel de la taille et du développement de l'entreprise, une campagne de publicité n'est pas encore envisagée. Cependant, Augustin admet : "Communiquer sur des supports traditionnels, il faudra bien y penser un jour ou l'autre si on continue comme ça !". On ne prête qu'aux riches.

● Louise Roumieu

* Le Guide des Boulangeries de Paris, Éditions de l'If, 2004.