

Feuillette revisite le concept de la sandwicherie

Par **Stephane Frachet**

Publié le 17/03/17 à 01h01

Entrer dans une boulangerie Feuillette pour croquer un sandwich, c'est s'installer sur une chaise en bois massif, voire un fauteuil club, si possible pas très loin du feu de cheminée, sans gymkhana entre les tables. « *Ce n'est pas parce qu'un client déjeune sur le pouce qu'il doit se coltiner des sièges en plastique offerts par une marque de bière* », s'amuse Jean-François Feuillette, dirigeant des boulangeries du même nom.

Lui et son épouse, Laure, sont installés à Blois depuis 2005. Le couple a fui les rythmes soutenus des grandes maisons parisiennes : Ladurée pour elle, le George V pour lui. « *Nos jours de repos ne coïncidaient pas. On a cherché un commerce pour travailler ensemble, pas trop cher, et on a trouvé une petite boulangerie à Blois. On est tombé sous le charme des vieilles pierres* », raconte ce pâtissier formé chez Hermé. Sur les bords de Loire, l'adresse intimiste sous le château royal a très vite rencontré le succès.

En 2009, le duo de trentenaires quitte son échoppe pour une boutique plus vaste en périphérie, à Saint-Gervais-la-Forêt, devenue aujourd'hui le laboratoire d'un groupe de neuf points de vente, en propre ou en franchise, déployé à Tours, Orléans, Poitiers et au Mans. Soit 230 salariés et 14 millions d'euros de chiffre d'affaires. Feuillette projette six ouvertures cette année, à Troyes, Caen ou Limoges. Et autant en 2018.

Faire simple

Même s'il sert du thé Mariage Frères et des sandwiches qui croustillent, Jean-François Feuillette ne s'enflamme pas : les pas-de-porte qu'il sélectionne « *au feeling* » sont situés sur des grands axes, en première couronne, pour accueillir une centaine de clients. Rien de chic, et McDo n'est jamais très loin. « *Nous avons beaucoup de leçons à prendre de l'enseigne américaine* », argumente ce défenseur du bon goût à la française.

Dans la vitrine, les best-sellers de la boulangerie-pâtisserie : pains, viennoiseries, macarons, tartelettes, des paris-brest, écartant tout ce qui est sophistiqué. « *Cela nous permet de gérer moins de produits tout en maintenant un haut niveau de qualité* », résume le patron, qui se fait régulièrement épauler par le chef pâtissier du Plaza Athénée, Angelo Musa, pour faire évoluer la carte et rester dans l'air du temps.

Effectif : 230 salariés
Chiffre d'affaires : 14 millions
Activité : pâtisserie