

Croq'Michel
Paris Gare de Lyon

CROQ'MICHEL

*Le croque-monsieur
globe-trotteur*

Michel Sarran, chef doublement étoilé a toujours eu un péché-mignon : le croque-monsieur. Un incontournable de la bistronomie française dont les codes sont vus, revus... et maintenant revisités par Croq'Michel !

Avec ses deux filles, il décide alors d'y consacrer une chaîne de restaurants à Toulouse, puis à Paris. La carte propose des croque-monsieurs hauts en couleurs et hauts en saveurs, grâce à une recette magique :

1. Garder les fondamentaux : deux tranches de pain de mie toastées
2. Ajouter une pincée de son terroir - la Gascogne - en dorant le pain à la graisse de canard
3. Faire voyager le tout aux quatre coins du monde : Norvège, Italie, Ibiza pour une touche d'exotisme. Emballé, c'est à déguster !

EXPERTISE :

BRANDING : IDENTITÉ VISUELLE
DESIGN D'INTÉRIEUR
CONCEPT ARCHITECTURAL

LIEU : TOULOUSE & PARIS, 3 BOUTIQUES

SURFACE : DE 30 À 40 M²

LIVRAISON : 2021



FACTORY



Construction du stand à Paris Gare de Lyon





LES BESOINS DU CLIENT

« Créer une chaîne de restaurants de vente de croque-monsieurs » : à partir de cette idée qui a l'air simple, il a fallu créer une image de marque à part entière, qui n'oublie aucun des ingrédients essentiels. Touche gasconne, codes de la street food, personnalité rock'n'roll de Michel Sarran, invitation au voyage : l'enjeu était de créer un univers cohérent avec une charte graphique fidèle à ces principes fondamentaux, qui puisse transporter le croque-monsieur en dehors des restaurants parisiens. Dans un premier temps, une phase de branding a permis d'établir les codes graphiques et éditoriaux de la marque ; puis de leur donner vie grâce à un concept architectural fort.

DONNER UN VISAGE HUMAIN À LA STREET FOOD

Grande tendance de consommation, la street food fait aujourd'hui régner « rapidité » et « efficacité » en maîtres mots. Adaptée aux nouveaux modes de restauration, elle est devenue omniprésente et demande d'adapter les lieux à ses exigences. La boutique a été pensée selon ces contraintes, avec l'objectif d'en faire des atouts. Dans les 30 m² alloués, le parcours client a été pensé pour être fluide et naturel offrant une expérience utilisateur optimale : d'abord la commande à l'entrée de la boutique, puis le paiement et enfin le retrait. Une ouverture sur l'extérieur à la manière d'une échoppe - emblème de la street food - donne la possibilité de commander directement depuis la rue. De quoi permettre le pickup des livreurs sans les faire passer par la boutique, et donc d'éviter une surcharge à l'intérieur !



/ Restaurant – Croq'Michel



— Success Story

Seulement voilà... souvent rapidité rime malheureusement avec froideur et distance. Il a donc fallu contrebalancer ces codes par une atmosphère chaleureuse et enjouée. Comment ? Grâce à un storytelling de marque - d'ailleurs presque éponyme - incarnée par son créateur, qui jouit lui-même d'un capital sympathie important. La personnalité de Michel Sarran transparaît dans les différents choix : un logo à la tête du chef avec sa célèbre casquette jaune et la présence du noir, couleur de son tablier avec lequel il a obtenu sa deuxième étoile. C'est aussi une atmosphère générale qui se dégage avec une ambiance chaleureuse grâce à l'effet solaire du jaune, caractéristique de la bonne humeur légendaire du chef Sarran.

Le résultat, c'est une marque résolument moderne qui a tout de la street food... la jovialité en plus !

ALLIER ANCRAGE RÉGIONAL & INVITATION AU VOYAGE

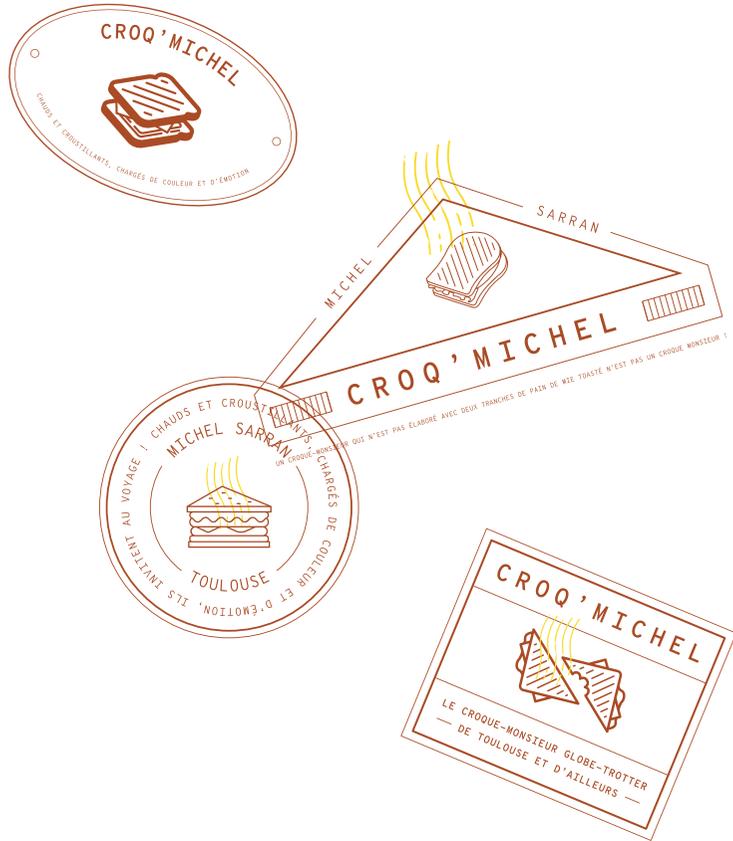
Un croque-monsieur doré à la graisse de canard, aux saveurs exotiques : c'est la promesse gustative, et la promesse d'expérience en

restaurant ! Faire co-habiter l'ici et l'ailleurs : les restaurants Croq'Michel concilient les codes de la région d'implantation - Toulouse - et ceux du voyage.

Le design du lieu s'apparente à une échoppe avec son ouverture sur l'extérieur, apportant cette touche d'exotisme en rappelant les restaurants de street food d'Asie ou même d'Amérique du Sud. Une structure architecturale qui permet d'avoir des marqueurs totémiques forts et clairement identifiables : les briquettes et le bar qui fait le lien entre l'intérieur et l'extérieur. Dans le restaurant, plusieurs éléments décoratifs accentuent cette invitation au voyage : des cadres de photos d'échoppes de rue, des néons avec des pictogrammes de timbres de villes du monde entier et l'emballage du croque-monsieur qui reprend ces mêmes illustrations, donnant un effet carte postale !

L'ancrage toulousain est lui aussi visuellement clairement identifiable grâce à la sélection des matériaux : une brique rose typique de la région en devanture ; placée à la verticale pour ne pas faire New-Yorkais. Ce rose terracotta se retrouve aussi dans la charte graphique, aux côtés du jaune solaire et du noir élégant et rock'n'roll. L'espace initial était constitué







d'un premier étage de 100 m². Il bénéficiait également de près de 150 m² de sous-sol, jusqu'ici peu ou mal exploité. Cette surface exigüe et peu lumineuse était difficilement exploitable en surface professionnelle.

Le principal challenge consistait à réunir les deux surfaces. Plusieurs points importants ont donc été modifiés : l'intégralité des flux de circulation a été repensé et a conduit à la création d'un nouvel escalier, permettant une meilleure circulation entre les deux étages. L'ensemble de la dalle béton a été percée pour permettre la pose de baies vitrées et de planchés de verres, bénéficiant ainsi d'un gros apport de lumière.

Il a également fallu être capable de répondre à plusieurs enjeux liés au monde du travail, pour offrir un aperçu des bureaux de demain. Pour cela, nous avons créé des espaces ouverts et collaboratifs, des lieux de vie pour rassembler et fédérer les équipes, comme la création d'une cuisine. Enfin, des espaces de vie ont été cloisonnés permettant la réunion d'équipe ou des échanges en comité réduit.

REVISITER UN CLASSIQUE EN RESTANT SIMPLE

Pour déraciner un classique tel que le croque-monsieur, il était indispensable de lui créer une identité forte. Associée à l'image d'un chef, elle aurait pu devenir gastronomique et sophistiquée, ce qui aurait été complètement contradictoire avec l'essence même du croque-monsieur : un plaisir simple, presque régressif. Chaque élément est donc pensé pour donner un sentiment de simplicité et d'accessibilité ! La revisite se fait culinaire grâce à une carte originale, mais elle aussi expérientielle avec un storytelling architectural assumé : un restaurant qui revisite des codes connus (l'échoppe, la brique, l'image du chef cuisinier) pour emporter ailleurs. Le visiteur de Croq'Michel voyage en gascogne et il voyage à l'autre bout du monde. Il voyage depuis le devanture de la boutique, jusqu'à la dernière bouchée de son croque-monsieur !



FACTORY

