

FRENCH MORNING

NEW YORK

Michel et Augustin, des agitateurs de saveurs à New York

Jessica Gourdon

juin 4, 2014 | Business et Techno, Exportators, Magazine |  Print | Lire en 

— 2 Comments [Log In](#)



« *Vendre des cookies au pays des cookies, cela peut paraître culotté.* » On acquiesce à cette parole prononcée par Augustin Paluel-Marmont, fondateur, avec son ami Michel de Rovora, de la société [Michel et Augustin](#).

INFOS PRATIQUES
Le site de Michel & Augustin [ici](#)

Une petite entreprise de gâteaux et yaourts artisanaux créée en 2004, devenue emblématique en France au travers de sa communication décalée (dessins, rimes, et petites blagues sur les emballages). Elle a atteint un chiffre d'affaires de 25 millions d'euros, et depuis 2013, Artemis, la holding de la famille Pinault, en est l'actionnaire principal.

« *Nous y croyons, car nous pensons apporter quelque chose de nouveau. Il y a à New York une proximité culturelle avec la France, et un attrait pour la gastronomie et les produits français* », affirme le patron de 38 ans, qui prépare activement l'installation d'une antenne de son entreprise à New York. Williamsburg, Park Slope : Augustin Paluel-Marmont ne sait pas encore dans quel quartier de Brooklyn il plantera sa « Banana Farm » – car oui, dans le

monde de Michel et Augustin, on ne dit pas “showroom” ou “bureaux”, mais “bananeraie”.

Une chose est sûre : la marque vise à attirer une clientèle de jeunes urbains aux palais fins, en phase avec la population de ces deux quartiers. « *On organisera des cours et des conférences pour permettre de passer le CAP pâtisserie, et une journée portes-ouvertes tous les premiers jeudis du mois, où chacun pourra rencontrer l'équipe et participer à des animations.* »

Au total, Michel et Augustin disposera à New York d'une dizaine de salariés, dont un tiers venus de Paris, un tiers de francophones recrutés aux Etats-Unis, et un tiers d'Américains. Leur objectif, pour commencer : placer leurs produits dans environ 200 points de vente à New York. Au mois de septembre, l'équipe parisienne va faire le voyage en cargo, avec les caisses. Petit buzz assuré. Augustin Paluel-Marmont, lui, prévoit de s'installer avec sa femme ses cinq enfants pendant l'été 2015. « *Ils sont ravis* », assure-t-il.

Ici, on les surnommera probablement les *Ben & Jerry* français – un duo qui a aussi construit son image autour de la proximité avec ses consommateurs. Un héritage qu'Augustin Paluel-Marmont revendique totalement. « *Sans eux, on n'existerait pas. Ils sont notre source d'inspiration initiale, même si nous avons pris des chemins différents.* »

En attendant, la promo pour l'ouverture de la « Banana Farm » risque d'être remarquée. Habités des opérations de com' farfelues, les fondateurs ont déjà porté un pagne en peau de vache à moitié nus dans un supermarché, organisé des nuits à la belle étoile avec leurs clients ou rebaptisé une station de métro parisienne à leur nom. On verra si New York les inspire.