



# Columbus Café met les bouchées doubles pour ses 30 ans

**La première chaîne française de coffee shops a présenté sa feuille de route 2024/2025 et ses projets de développement. Sa nouvelle campagne de communication met en avant ses produits et son savoir-faire à la française.**

Avec une moyenne de 20 ouvertures par an depuis 10 ans, Columbus Café, créée en 1994 et reprise par Wagram Finances en 2007, compte aujourd'hui 250 coffee-shops franchisés en France. La chaîne poursuit son développement en vue d'atteindre 500 points de vente d'ici cinq ans.

Les ouvertures sont prévues en centres-villes, au sein des centres commerciaux, des galeries marchandes et dans les zones de flux (gares), les shopping shops (Leroy Merlin, Fnac, Castorama...) et dans certaines entreprises comme Michelin.

Également présente à l'international, où elle s'est implantée avec succès au Canada, l'enseigne vise une quinzaine d'ouvertures tous les ans, pour atteindre 100 magasins au Canada d'ici cinq ans.

En 30 ans d'histoire, Columbus Café a su faire évoluer sa carte. Ses cafés bios - un 100 % arabica pour l'espresso et un assemblage spécial pour les boissons lactées - sont torréfiés en France. Des baristas, formés au savoir-faire Columbus Café, préparent minute une gamme de boissons chaudes et froides d'excellence (café, macchiato, thés, thés glacés, chocolat et café frappés, jus de fruits...). Sa carte gourmande comporte plus de 30 variétés de muffins gourmands et variés préparés chaque jour sur place par

les baristas, des produits sucrés (pancakes, cookies, brookies, pain perdu...) et salés (salades, bagels, club-sandwichs...).

Le développement de Columbus Café est au cœur de la stratégie de Wagram Food Service, qui opère aussi la franchise Krispy Kreme en France et la franchise Copper Branch. Pour l'enseigne, il est essentiel de répondre à la demande des consommateurs à chaque moment de la journée : matin, déjeuner et après-midi.

**« Depuis 30 ans, nous avons à cœur de proposer chaque jour à nos clients de bons produits sourcés au maximum en Europe et réalisés avec un savoir-faire unique. Avec notre stratégie de développement et de distribution omnicanale, nous réussissons à être présents à chaque instant de la journée, tout en suivant les tendances et innovations du secteur du coffee shop en France. »**

**Frédéric PASTUR**

Directeur général de Columbus Café





## Une campagne de communication au ton décalé

Pour les 30 ans de la marque, Columbus Café a fait appel à l'agence Buzzman pour imaginer une campagne « Columbus Coffee shop Français, ne gardez que le meilleur des U.S. », Tyers étant en charge de la stratégie médias.

Visible à partir du 16 octobre au cinéma, en digital, en VOL puis, à partir du 6 novembre, en affichage partout en France, cette campagne met en avant le savoir-faire et l'authenticité française de la marque.

La campagne se compose de 2 films déclinés en 30", 20" et 15" visibles en ligne, ainsi que de 2 films cinéma de 30". Au travers de courts-métrages parodiques, Columbus Café questionne avec humour l'enthousiasme des Français pour les Américains et leur mode de vie.

Le volet affichage sera lancé le 6 novembre avec 10 affiches différentes en national et en local. D'autres campagnes et activations suivront début 2025.



### À PROPOS DE COLUMBUS CAFÉ

Entité de Wagram Food Service, Columbus Café est la première chaîne française de coffee shops. Créée en 1994, l'enseigne est devenue un véritable réseau de franchises, implanté dans toute la France. Élue Meilleure Chaîne de coffee shop en France par l'European Coffee Symposium et figurant sur le podium des marques championnes de l'expérience client, Columbus Café lance régulièrement des recettes innovantes et s'engage à sourcer ses produits auprès d'un maximum de fournisseurs locaux. En 2017, Columbus Café a créé Columbus Retail, une entité dédiée à la grande distribution, avec la ferme volonté de devenir le n°1 des produits de coffee shop dans ce secteur.

[www.columbuscafe.com](http://www.columbuscafe.com)