



Le groupe Colmar lance 'Crocodile Restaurant & Buffet' en France et ouvre son premier restaurant entièrement rénové à Tourcoing

Le groupe Colmar investit 7 millions d'euros dans un ambitieux projet de rajeunissement

Communiqué de presse, Tourcoing, 16 octobre 2025 — Crocodile fait aujourd'hui un grand pas vers l'avenir avec l'ouverture du premier 'Crocodile Restaurant & Buffet' entièrement rénové à Tourcoing. Cette réouverture est la première concrétisation visible d'un ambitieux plan d'investissement de 7 millions d'euros, grâce auquel la société mère, le groupe Colmar, va entièrement rénover les 15 restaurants Crocodile au cours des deux prochaines années.

Le relancement n'est pas une simple évolution cosmétique, mais une transformation intégrale de la marque, du concept et de l'expérience, avec un intérieur, des buffets et une structure de menu renouvelés. Crocodile souhaite ainsi conserver et renforcer sa position de restaurant familial accessible auprès d'une nouvelle génération de clients.



Plan stratégique de rajeunissement de 7 millions d'euros

Le groupe Colmar est une entreprise familiale belge fondée en 1957 qui emploie 625 personnes et accueille chaque année environ 1,5 million de clients. Le groupe Colmar compte aujourd'hui 15 restaurants Crocodile en France et 5 établissements Colmar en Belgique. Tous les restaurants sont ouverts 7 jours sur 7, 365 jours par an.

La réouverture à Tourcoing marque le coup d'envoi d'un plan de rajeunissement progressif de l'ensemble du réseau de restaurants des 15 établissements Crocodile principalement situés dans le nord de la France. Entre 2025 et 2027, le groupe Colmar investira 7 millions d'euros dans trois domaines :

- Une offre renouvelée qui reste fidèle à la combinaison unique d'un restaurant avec service et d'une formule buffet. Crocodile accorde également une grande importance aux classiques, dans une structure de menu contemporaine avec des suggestions saisonnières, des plats signature et le buffet de boissons inclus pour une transparence maximale.
- Une expérience contemporaine pour les clients, où la rapidité, le confort et l'ambiance occupent une place centrale grâce à une transformation complète de l'intérieur : un design moderne et chaleureux qui conserve l'expérience emblématique du train qui séduit des générations de clients. Pour les plus petits, les vastes espaces enfants de Crocodile, dotés



d'éléments interactifs et éducatifs, recréent un lieu où les enfants s'amuse pendant que les parents se détendent.

- Une marque plus jeune, à l'identité contemporaine, qui correspond mieux à l'univers des familles, des jeunes couples et des collègues : nouveau logo, nouvelle identité visuelle et nouvelle image de marque.

David Van den Weghe, PDG de troisième génération du groupe Colmar depuis début 2025:

« Depuis 35 ans, Crocodile est une valeur sûre dans le nord de la France pour des millions de clients. Pour rester pertinent auprès d'une nouvelle génération, nous devons aller au-delà d'un simple nouveau logo et repenser entièrement l'expérience de marque, en l'adaptant aux attentes d'une nouvelle génération de clients. »

« Nous restons fidèles à notre identité avec nos buffets généreux et notre excellent rapport qualité-prix, mais nous proposons une offre repensée dans un contexte frais et contemporain qui répond parfaitement aux attentes d'aujourd'hui. Tourcoing marque le début d'un nouveau chapitre dans lequel nous préparons Crocodile pour la prochaine génération », ajoute David Van den Weghe.

Tourcoing est le premier restaurant où les choix stratégiques de la rénovation se concrétisent. Tous les éléments de la formule – de l'offre culinaire et de l'expérience à l'accueil des familles, en passant par l'aménagement et même la vaisselle – ont été soumis à un 'test générationnel', avec une attention particulière accordée au confort des clients, à la clarté de la communication, à la durabilité contemporaine et à l'adéquation avec les attentes d'une nouvelle génération de clients. Le résultat est une version contemporaine et tournée vers l'avenir de Crocodile qui renforce la marque sans perdre son ADN reconnaissable.

Les autres établissements français de l'enseigne suivront dans les mois à venir. Le déploiement complet dans les 15 restaurants en France sera achevé d'ici fin 2027.

« À plus long terme, nous n'excluons pas une nouvelle expansion. Nous avons certes l'ambition d'étendre notre réseau avec de nouveaux établissements, mais notre priorité actuelle est de déployer et d'ancrer pleinement notre nouveau concept pour Crocodile Restaurant & Buffet. Dès que le nouveau modèle sera opérationnel et stable dans tous les restaurants existants, nous pourrions procéder à une évaluation minutieuse et envisager une nouvelle croissance », ajoute le PDG David Van den Weghe.

Une riche histoire d'expériences familiales

En 1989, le groupe belge Colmar a ouvert son premier restaurant français à Englos. Peu après son lancement, le nom Colmar a été changé en Crocodile afin d'éviter toute confusion avec la cuisine alsacienne. Avec ses marques Crocodile en France et Colmar en Belgique, le groupe propose des expériences culinaires accessibles avec des formules de menus qui font de la visite au restaurant une expérience agréable, savoureuse et complète. Avec sa combinaison restaurant & buffet, le groupe est unique dans le secteur. Plus encore, la première génération de l'entreprise familiale a été la première à importer ce concept des États-Unis vers la Belgique et la France dans les années 70. Les générations suivantes sont restées fidèles à cette formule unique.

Les restaurants Crocodile sont ancrés dans la mémoire collective comme 'le restaurant familial avec le train'. Le 'Crocodile' était un type de locomotive légendaire, connu pour sa forme allongée et sa couleur verte. En service dans les Alpes suisses depuis 1919, cette



locomotive était conçue pour gravir les pentes les plus raides. Elle a rapidement été surnommée 'Crocodile' en raison de son apparence unique, un nom qui est devenu légendaire bien au-delà des frontières suisses. Aujourd'hui, le groupe Colmar compte 21 locomotives réparties entre les 15 restaurants Crocodile et 1 restaurant Colmar (à Courtrai, en Belgique). Les anciens wagons de train sont démontés, équipés de compartiments et de tables et offrent, dans leur nouvelle destination, une expérience unique pour petits et grands.



Images de presse en haute résolution disponibles sur demande.

À propos du groupe Colmar

Le groupe Colmar est une entreprise familiale belge fondée en 1957, active dans le secteur de la restauration décontractée en France et en Belgique. Le groupe exploite actuellement 15 établissements Crocodile Restaurant & Buffet en France et 5 établissements Colmar Restaurant & Buffet en Belgique, qui accueillent au total plus de 1,5 million de clients par an. Les restaurants sont ouverts 7 jours sur 7 et 365 jours par an et sont gérés par une équipe de 625 collaborateurs.

Le concept de Crocodile et Colmar combine des buffets copieux avec des plats de brasserie reconnaissables et des plats signature, complétés par un buffet de boissons et un service à table – une combinaison qui distingue la marque dans le segment des restaurants familiaux.

Depuis des décennies, Crocodile et Colmar se profilent comme des restaurants familiaux accessibles, avec une approche résolument adaptée aux enfants et leurs wagons de train caractéristiques, qui sont devenus une icône reconnaissable de la marque. Le centre de R&D et la cuisine centrale situés à Audenarde (Belgique) développent toutes les recettes, ce qui garantit une qualité uniforme, la sécurité alimentaire et des prix compétitifs dans tous les établissements.