



Communiqué de presse

La Croissanterie bouscule son offre pour recruter de nouveaux fans... de croissants !

Saint-Denis, le 28 avril 2026 – Enseigne emblématique de la restauration rapide et du snacking à la française, La Croissanterie amorce un virage stratégique et dévoile une offre profondément revisitée. L'objectif étant de s'adapter à des modes de consommation en pleine mutation et réaffirmer sa singularité autour de son produit iconique : le croissant.

« En tant qu'enseigne de restauration rapide, nous sommes aux avant-postes des évolutions de consommation. La fragmentation des repas nous pousse à proposer des offres adaptées à chaque moment de la journée. Dans un contexte de concurrence accrue, nous réaffirmons également notre singularité en nous appuyant sur notre produit emblématique : le croissant » déclare **Charlotte Bernardi, directrice marketing du Groupe Delineo.**

Le croissant réinventé pour de nouveaux moments de consommation

Qui mieux que La Croissanterie pourrait imaginer une expérience gourmande et distinctive autour du croissant, son produit iconique depuis 1977. Dans cette dynamique, La Croissanterie le remet au cœur de son offre avec une nouvelle gamme de croissants déclinés en versions salées et sucrées.

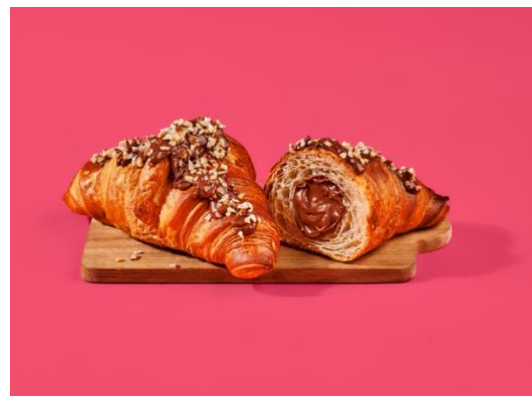
Pensée pour s'adapter à tous les moments de la journée, cette offre se compose de : **3 recettes salées** (saumon fumé, jambon emmental, caprese à partir de 3,90€), **5 recettes sucrées** (nutella, fruits rouges, pistache, spéculoos, noisette...à partir de 3,50€),

Les versions salées répondent aux petites faims ou viennent compléter un repas, tandis que les recettes sucrées s'imposent comme une réponse gourmande aux envies de l'après-midi, permettant à l'enseigne de renforcer sa présence sur le moment du goûter.

Croissant Mania : un territoire de communication pour incarner l'offensive

Pour accompagner ce lancement, La Croissanterie déploie Croissant Mania, un territoire de communication dédié à son produit emblématique. Pensée comme une plateforme d'expression forte et identifiable, cette campagne vient soutenir la nouvelle offre à travers un dispositif 360° déployé en point de vente et sur l'ensemble des canaux de l'enseigne.

La campagne Croissant Mania sera activée du 29 avril au 26 mai 2026 dans les points de vente participants.





Le bar à croissants en avant-première à Cergy-Pontoise

La Croissanterie a sélectionné son flagship du Centre Commercial Les 3 Fontaines à Cergy-Pointoise pour lancer son Pop-Up, le Bar à croissants. **À partir du 29 avril 2026**, les consommateurs pourront découvrir un Bar à croissants en format pop-up, proposant une expérience personnalisée : choix du fourrage, nappage, topping, avec des recettes préparées à la demande, sous les yeux des clients.

Des recettes signature seront également proposées pour accompagner les consommateurs dans leur choix.

Ce dispositif transforme le point de vente en véritable lieu d'expérience, capable d'animer aussi bien les moments du matin que ceux du goûter, en capitalisant sur une offre gourmande, visuelle et sur mesure.



La Croissanterie restructure son offre pour répondre aux nouveaux usages

Face à des habitudes alimentaires de plus en plus fragmentées, La Croissanterie engage une transformation en profondeur de son offre.

L'enseigne opère une rationalisation de ses gammes pour gagner en lisibilité et en efficacité, tout en introduisant de nouvelles références plus en phase avec les attentes actuelles : des produits plus frais, plus "on-the-go", et résolument ancrés dans les codes du snacking moderne.



Objectif : proposer une offre cohérente et désirable, capable de couvrir l'ensemble des moments de consommation :

- les repas principaux, avec une offre salée revisitée : moins de sandwichs baguette, de nouvelles recettes de saison viennent enrichir la gamme, à l'image d'un sandwich libanais, répondant à la demande croissante de propositions végétariennes.
- En parallèle, une nouvelle gamme de sandwichs en pain bun fait son apparition, inspirée des codes de la street food, avec des recettes modernes et généreuses telles que Pulled Pork ou Poulet Curry (à partir de 6,10€).
- Pour accompagner des rythmes de vie plus flexibles, l'enseigne élargit son offre avec des formats snacking faciles à consommer à tout moment de la journée : pizzas à la part, petites salades.
- Enfin, La Croissanterie renforce son offre de salades en bowl avec des recettes généreuses, équilibrées et actuelles, telles que : Bowl Crispy Caesar, niçois, falafel mezze (recette végétarienne), coppa pesto, répondant à une demande croissante pour une restauration rapide à la fois pratique et qualitative (à partir de 7,90€).





Avec cette restructuration, La Croissanterie affirme son ambition : recruter de nouveaux consommateurs tout en réaffirmant son ADN. Une stratégie qui combine rationalisation de l'offre, modernisation des formats et réinvestissement de son produit iconique, dans un marché du snacking en pleine recomposition. Un travail entamé dès avril 2026 et qui va se poursuivre d'ici la fin de l'année.

À propos de La Croissanterie

Fondée en 1977, La Croissanterie est l'enseigne historique du groupe Delineo (La Croissanterie, Maison Pradier, Roberta Caffè) qui compte 269 restaurants en France et à l'international. La Croissanterie propose une restauration à emporter accessible et de qualité pour tous les moments de la journée. Pour accélérer sa dynamique de développement, en 2022, La Croissanterie se repositionne sans rien renier de ses fondamentaux et devient la Happy sandwicherie. Nouveau logo, nouvelle identité, nouveau concept pour une enseigne enjouée, dynamique et colorée qui donne le sourire !

Pour en savoir plus : www.lacroissanterie.fr