



# Memphis, le come-back !

L'enseigne iconique de diners américain dévoile sa nouvelle stratégie après une phase de structuration et de consolidation du réseau.

Avec trois nouvelles ouvertures prévues en 2026, le réseau amorce un nouveau chapitre de son développement. Cette phase clé marque l'élan d'une dynamique de croissance renouvelée. L'attractivité dans les restaurants et l'expérience client sont au cœur de cette relance, notamment à travers d'un nouveau programme fidélité ultra-avantageux pour récompenser durablement les clients : la WinCard.

## Un réseau structuré et des franchisés engagés

Fort d'une phase de transformation et structuration essentielle à la pérennisation du réseau sur le long terme, Memphis dévoile sa nouvelle vision stratégique.

En 2025, 15 contrats de franchise ont été signés, incluant des renouvellements et des reprises. Résultat ? 75 % du réseau est aujourd'hui réengagé sur un nouveau contrat pour 10 ans. Cette relance, qui marque un véritable tournant, était indispensable pour maintenir et renforcer l'attractivité du réseau.

L'arrivée de nouveaux franchisés a résolument permis de redynamiser le réseau arrivé à maturité, en insufflant une nouvelle énergie et révélant de nouvelles opportunités. Tourné vers l'avenir, Memphis anticipe une dizaine de transactions en 2026, dont trois ouvertures de nouveaux restaurants.

« Cette phase de consolidation nous permet d'aborder 2026 avec confiance, en préparant de nouvelles ouvertures tout en renforçant l'engagement de nos franchisés. »

explique Rodolphe Wallgren, fondateur du réseau Memphis.



## *La WinCard, un avantage immédiat pour tous*

Dans cette dynamique de consolidation, Memphis continue d'innover côté expérience client avec le **lancement de la WinCard**. Lancée début novembre, elle propose **un avantage simple et immédiat** : pour 39 € par personne, le client bénéficie de -50 %, sur toute la carte, dès le premier repas et pendant un an. Avec un seuil de rentabilisation estimé à seulement trois passages, la carte séduit déjà **plus de 3 000 clients** et 24 restaurants sur les 51 du réseau la proposent aujourd'hui.

Au-delà de l'avantage consommateur, la WinCard s'impose comme **un levier de fidélisation et de dynamisation du réseau**, en générant la pérennisation du trafic récurrent dans les restaurants.



« La WinCard ne se limite pas à une simple réduction : elle illustre notre volonté de rendre l'expérience Memphis plus accessible et attractive, tout en reflétant notre approche innovante pour fidéliser nos clients et dynamiser l'ensemble du réseau. »

ajoute Rodolphe Wallgren

### *À propos de Memphis :*

Créé en 2009 par Rodolphe Wallgren, Memphis est un concept de restaurants américains, inspirés des authentiques « Diners » des années 50. Au fil des années, l'enseigne s'est développée aux quatre coins de la France pour proposer des restaurants atypiques, d'une surface moyenne de 320m<sup>2</sup>. L'originalité du concept et la forte rentabilité des restaurants (moyenne de 200 couverts / jour) positionnent Memphis comme une valeur sûre. L'enseigne compte aujourd'hui 51 restaurants.