



Communiqué de presse - Juin 2026

**Segafredo**<sup>®</sup>  
— ZANETTI —

**LANCE GAMBRINUS ET DÉVOILE SON NOUVEAU  
TERRITOIRE DE MARQUE « TAKE YOUR SHOT »**



Avec Gambrinus, Segafredo célèbre l'héritage vivant du café italien en s'inspirant du mythique Caffè Gambrinus de Naples. Cette nouvelle gamme rend ainsi hommage à la ville considérée comme le berceau de l'espresso. Disponible pour les circuits CHR, elle propose une expérience authentique, généreuse et profondément italienne, portée par des assemblages riches en arômes et une identité forte.



*Segafredo a choisi le Napolitain Marco Casolla, chef et gérant du restaurant Il Parasole à Toulon, comme ambassadeur de la gamme pour défendre une vision sincère et exigeante du café italien. Ce lancement coïncide avec celui de la nouvelle campagne internationale de la marque, « Take Your Shot », qui replace Segafredo là où elle est née, au cœur des bars et cafés italiens.*

## GAMBRINUS, UN HOMMAGE À NAPLES ET À LA CULTURE DE L'ESPRESSO

Avec Gambrinus, Segafredo puise son inspiration dans l'un des lieux les plus emblématiques de la culture napolitaine : **le célèbre Caffè Gambrinus**, véritable institution où se croisent artistes, écrivains et intellectuels italiens. Symbole de la vie culturelle de Naples, **ce café mythique incarne l'élégance italienne et l'art du café partagé.**



**La nouvelle gamme Segafredo qui porte son nom s'inscrit pleinement dans cette tradition. Élaboré dans le respect du savoir-faire espresso italien, le café Gambrinus dévoile un profil aromatique intense et persistant, porté par une crème épaisse et onctueuse, ainsi qu'une faible acidité. À la dégustation, il révèle une tasse ronde et généreuse marquée par des notes de pain toasté, de noisettes, de chocolat et d'épices. Une signature aromatique riche et profonde, typique des meilleurs espressos napolitains.**



## MARCO CASOLLA, AMBASSADEUR D'UNE ITALIE AUTHENTIQUE ET GOURMANDE



Pour accompagner le lancement de Gambrinus, **Segafredo s'associe au chef napolitain Marco Casolla**, gérant du **restaurant Il Parasole à Toulon**. Figure reconnue de la scène culinaire italienne dans le sud de la France, Marco Casolla partage avec la marque une même vision de la gastronomie : **sincère, généreuse et profondément attachée à ses racines.**

À travers cette collaboration, Segafredo poursuit son engagement en faveur d'un **café incarné et culturel**, capable de raconter une histoire rien qu'au goût. Marco Casolla devient ainsi le visage d'une gamme qui revendique pleinement son héritage napolitain et sa passion pour l'espresso italien.

*Ce lancement coïncidera également avec l'opening de la saison du restaurant Il Parasole à Toulon, transformant cette soirée en véritable célébration de l'art de vivre italien, entre gastronomie, espresso et convivialité.*

# Take your Shot

## UNE NOUVELLE CAMPAGNE INTERNATIONALE INSPIRÉE DES BARS ITALIENS

Avec « Take Your Shot » et son double sens volontaire, « Prends ton shot/Saisis ta chance », Segafredo dévoile une nouvelle campagne internationale pensée comme une immersion dans l'énergie brute et populaire des bars italiens. Un territoire créatif qui puise directement dans les lieux où l'histoire de la marque a commencé : ces cafés vivants, bruyants, spontanés, où l'on s'arrête pour un espresso pris sur le vif avant de repartir.

Avec sa direction artistique volontairement graphique et radicale, la campagne détourne les codes de l'affichage urbain et de la presse lifestyle. Les visuels mêlent typographies XXL rouges et blanches, portraits pris sur l'instant, scènes de comptoir et moments de vie saisis presque comme des instantanés. On y retrouve des personnages aux profils variés, tous animés par cet esprit « Mavericks » cher à la marque, réunis autour d'un même rituel : celui du café comme impulsion quotidienne.

Déployée à l'international à travers des affichages et activations digitales, cette campagne réaffirme avec panache les racines culturelles et populaires de Segafredo.

Les accroches de la campagne, directes et assumées, s'appuient sur l'attitude et la culture espresso italienne :

### « NO ROAST, NO REWARD »

(« Pas de torréfaction, pas de récompense ») joue sur un double niveau de lecture : celui du café et celui de l'effort nécessaire pour obtenir un breuvage intense et mémorable ;

### « MOVE OVER DUTCH COURAGE, THE ITALIANS WILL TAKE IT FROM HERE »

(« Oubliez le courage hollandais, les Italiens prennent le relais ») fait directement référence au Dutch courage, expression anglaise désignant l'audace donnée par l'alcool, ici remplacée par l'énergie du café italien ;

### « TIME WAITS FOR NO PLAN »

(« Le temps n'attend pas qu'on ait un plan ») qui invite à se saisir du moment présent.

### « MAVERICKS »

terme central du nouveau territoire de marque, désigne ces personnalités indépendantes, audacieuses et créatives qui avancent selon leurs propres règles. Plus qu'une cible générationnelle, il incarne un état d'esprit : celui de celles et ceux qui osent prendre des initiatives, suivre leur instinct et transformer leurs ambitions en mouvement.

**Avec « Take Your Shot », Segafredo ne se contente pas de parler d'espresso : la marque revendique un état d'esprit italien fait de spontanéité, de caractère et d'intensité.**



### **À propos de Segafredo Zanetti**

Leader mondial de l'espresso en hors-domicile avec une présence dans 110 pays, le groupe Massimo Zanetti Beverage est le seul torréfacteur à maîtriser l'ensemble de la filière, de la plantation à la tasse. En France, la filiale Segafredo Zanetti occupe une place importante sur le marché hexagonal avec un chiffre d'affaires de 117 M€ en 2022 pour 14 000 tonnes de café torréfié et environ 240 collaborateurs. Segafredo Zanetti est un acteur majeur de la filière café. Son usine de production est certifiée ISO 9001, IFS, HACCP, Rainforest Alliance, Max Havelaar, SQMS, BIO et adhérente à TRACE ONE, un process de fabrication piloté par un laboratoire intégré qui assure une traçabilité parfaite de ses produits. En grande distribution, celle-ci commercialise les marques Segafredo et San Marco. Sur le circuit des Cafés Hôtels et Restaurants, son espresso est présent dans plus de 4 700 établissements, disposant d'une palette complète de produits complémentaires, ainsi que de services personnalisés. Enfin, Segafredo Zanetti se démarque par une expertise pointue, qui s'appuie notamment sur le travail de son centre de formation, La Scuola del Caffè, et de ses baristas reconnus par la SCA (Speciality Coffee Association).