

DOSSIER DE PRESSE

2024



Wagram Finances devient... Wagram Food Service

Par son changement de nom, Wagram Food Service entend marquer sa stratégie qui va au-delà de Columbus Café. Des enseignes puissantes et innovantes, des projets de développement ambitieux, une vision multi-canal, il vise à devenir l'un des premiers groupes de restauration mass premium en France.

Wagram Food Service est une société 100 % française, créée en 1994 pour porter le développement de Columbus Café. Repris en 2007 par Nicolas Riché et son associé, ce dernier a nécessité un nettoyage profond : fermeture de 27 des 30 cafés existants, repositionnement complet de l'enseigne et adoption d'un modèle de franchise. Depuis 2011, Columbus Café s'est inscrit dans une trajectoire de développement ininterrompue, passant de 37 points de vente à plus de 250 en 2024, en France et à l'étranger.

En 2019, Wagram Food Service a décidé d'enrichir son portefeuille d'enseignes, de lancer une activité retail et a circonscrit ses ambitions internationales. En 2020, l'enseigne Copper Branch, fondée

au Canada, rejoint Wagram et en 2022, Wagram crée une joint-venture avec la marque américaine de doughnuts Krispy Kreme pour implanter cette dernière sur le marché français.

Au cours des dernières années, Wagram Food Service a fait la preuve de son savoir-faire dans l'animation et le développement multi-canal d'une enseigne et de sa capacité à faire vivre et évoluer une marque dans la durée, afin de toujours adapter son concept aux tendances du marché.

Le succès du groupe repose sur sa capacité à remettre en question ses convictions, parce que les clients évoluent, tout en conservant son ADN autour du plaisir et de l'expérientiel. Peu importe le modèle de développement, en

franchise, en exploitation directe (succursales) ou en grande distribution. Pour Wagram Food Service, l'avenir de la restauration se fera grâce à des consommateurs de plus en plus éduqués, attendant une expérience unique, à un juste prix.

Cette croissance, offre à Wagram l'opportunité de mettre en avant son expérience et son savoir-faire pour accélérer son développement. La restauration fast casual répond aux nouvelles attentes des consommateurs : des moments de consommation, le désir d'une nourriture saine, fraîche, gourmande à un

prix accessible et une expérience client de qualité. Wagram Food Service a su capter ces nouvelles tendances avec les différentes enseignes qui composent son portefeuille, qu'elle entend bientôt enrichir avec de nouvelles marques.

**Wagram
Food Service
a réalisé un chiffre
d'affaires de
153 millions d'euros
sous enseigne
en 2023**

En outre, Wagram Food Service a bien l'intention d'accélérer son déploiement à l'international, sur trois zones géographiques : l'Amérique du Nord, l'Europe de l'Est et le Moyen-Orient. Le groupe y déploiera de la même façon son modèle de développement combinant exploitation en propre et franchise. ●

Une équipe expérimentée, dédiée au développement du groupe



Nicolas RICHÉ

Président de Wagram Food Service et de Columbus Café



Frédéric PASTUR

Directeur général de Columbus Café France et Copper Branch Europe



Jérôme POISSON

Directeur général de Columbus Retail



Alexandre MAIZOUÉ

CEO et directeur général de Krispy Kreme Doughnuts France



Maxime MAYANT

CEO de Columbus Café Canada



Christophe GAYON

Secrétaire général de Wagram Food Service

Nicolas Riché
Président de Wagram Food Service

« Nous voulons être un fer de lance de la restauration fast-casual en France »

Pourquoi avez-vous décidé de vous appeler désormais Wagram Food Service ?

Si je me suis engagé dans l'univers de la restauration, c'est comme acteur engagé dans le développement de nouveaux concepts. Depuis l'acquisition de Columbus Café en 2007, nous en avons fait la première chaîne française de coffee shops et un acteur majeur de la restauration rapide fast casual dans notre pays. En capitalisant sur notre expérience, nous avons initié ces trois dernières années une stratégie multi-enseignes et multi-canal avec les lancements en France de Copper Branch en 2020 et Krispy Kreme en 2023. Le fait d'adopter aujourd'hui le nom de Wagram Food Service tient donc presque de l'évidence. Cela marque bien notre appartenance pleine et entière à la filière restauration en France.

On connaît surtout Wagram Food Service grâce à Columbus Café. Qu'apportent Copper Branch et Krispy Kreme à votre stratégie ?

Concernant Copper Branch, nous voulions une enseigne fast casual avec des produits en phase avec les tendances de société : ce sont des produits végétaux tout en étant très gourmands. Nous avons signé un accord en février 2020, repris le réseau existant et redistribué les cartes en revoquant les approvisionnements, la gamme et en repositionnant l'enseigne pour l'adapter à la France. Le réseau compte 10 franchises, nous en ouvrirons 10 l'an prochain.

Quant à Krispy Kreme, c'est une marque emblématique de la pop culture américaine. C'est le meilleur doughnut que j'ai eu l'occasion de goûter ! En France, c'est une vraie tendance de



fond et le marché se développe. Ce produit bon et abordable fait appel à nos souvenirs dans l'univers du partage. L'ouverture de notre premier flagship à Westfield Forum des Halles à Paris rencontre un gros succès, nous allons continuer le développement en France sur cette lancée !

Quelle analyse faites-vous de la restauration fast casual et quelles sont vos ambitions ?

Nous sommes convaincus que c'est l'un des segments les plus dynamiques de la restauration, car il répond aux nouvelles attentes et aux nouveaux rythmes de vie des consommateurs. Surtout, nous y avons appliqué une démarche très affirmée de qualité de service, d'accueil, afin que les

consommateurs qui viennent dans nos enseignes y passent le meilleur moment de leur journée en dégustant des produits de qualité à un prix très accessible dans des lieux au design atypique et soigné.

Nous connaissons bien ce marché et nous pensons qu'il est en phase de structuration, qui favorisera le développement de groupes multi-enseignes comme Wagram Food Service. Notre ambition est de doubler le nombre de Columbus Café, d'ouvrir 100 Copper Branch et 500 points de contact Krispy Kreme d'ici 5 ans. Nous allons aussi lancer d'autres enseignes, dans l'univers de la gourmandise, en mass premium... Notre feuille de route à 5 ans est donc à la fois claire et ambitieuse. ●



columbus
CAFÉ & CO

La première chaine française de coffee shops

Avec plus de 250 Columbus Café en France et à l'étranger, la chaine, créée en 1994 et reprise par Wagram Finances en 2007, a développé un concept original construit sur :

- Une véritable expertise du café ;
- Des lieux de vie chaleureux et accessibles ;
- Une démarche unique d'accueil et de proximité avec les clients
- Des produits gourmands, de qualité, faits sur place, liquides et solides, sucrés et salés froids et chauds, avec une gamme adaptée à tous (gluten free, végétarien, laits alternatifs, protéines) ;
- Une priorité donnée à la RSE et aux valeurs humaines ;
- Une véritable communauté d'afficionados (64 000 abonnés sur Instagram et 150 000 sur TikTok).

- Un réseau constitué de commerçants indépendants bien souvent exploitants et qui placent l'humain au cœur de leur projet.

Columbus Café bénéficie d'un maillage national dense et d'un réseau de franchisés engagés : 66 % des nouvelles ouvertures se font avec des franchisés existants et le taux de renouvellement des contrats avec les franchisés est de 100 %.

Columbus Café entend accélérer une politique de développement ambitieuse avec de nombreuses ouvertures prévues en France et à l'étranger en 2024. L'objectif est d'en faire l'enseigne de coffee-shops préférée des Français.

Columbus Café a aussi mis en place une stratégie ESG volontaire



basée sur le développement d'une culture d'entreprise forte et l'ouverture aux initiatives internes, avec un focus sur la formation et le développement des compétences des collaborateurs (notamment via la Barista School) et leur accompagnement dans leur parcours de mobilité.

Columbus Café développe aussi une approche responsable de gestion des enjeux environnementaux : produits locaux, circuits courts, réduction des déchets en collaboration avec des acteurs de l'économie circulaire (Too Good to Go), opération Refill, mise à disposition gratuite de sachets de marc de café, vaisselle réutilisable, emballages papier issus de forêts durablement gérées... ●

Columbus Café Retail

Faire vivre la marque dans la distribution

Testé pour la première fois en 2017 avec les capsules compatibles Nespresso, Dolce Gusto ou Senseo, le canal retail de Columbus Café fait aujourd'hui partie intégrante de sa stratégie de distribution omnicanale. Opérant initialement tel un grossiste, Columbus Café a progressivement fait évoluer son modèle vers celui de la licence de marque.

Aujourd'hui une gamme complète de produits autour de la marque Columbus Café est disponible en grande surface concernant le café (gamme Nespresso®, gamme Dolce Gusto®, gamme Tassimo®, café en grains), les boissons (cafés lattes glacés, chocolats glacés, milkshakes) et certains accessoires. Cette stratégie retail s'appuie sur des partenaires de distribution comme Candia (Coopérative Sodiaal), Nutrimaine ou Tassimo. Au total, Columbus Café Retail est présent dans 4 rayons avec 35 références.

Par ailleurs, Columbus Café Retail a noué un nouveau partenariat pour juin 2024, qui lui permettra de couvrir les besoins d'un nouveau rayon.



Une « love brand » américaine en France

Krispy Kreme est LA marque américaine emblématique de doughnuts. Créée en 1937, elle réalise aujourd’hui 1,5 milliard de dollars de chiffre d’affaires dans le monde au travers de 11 800 points d’accès. En septembre 2022, Wagram Food Service a créé une joint-venture avec Krispy Kreme Doughnuts Corporation, dans laquelle Wagram Finances détient deux-tiers du capital. En décembre 2023, Krispy Kreme a ouvert son premier flagship à Paris, au Westfield Forum des Halles. L’année 2024 verra l’ouverture d’un atelier de fabrication à Créteil et d’une dizaine de points de vente.

Krispy Kreme a bâti son succès sur des produits de grande qualité (les doughnuts sont frais et fabriqués chaque jour), sur une relation très

forte avec sa communauté (près de 10 millions de followers sur les réseaux sociaux) et sur des signes distinctifs de la marque, qui expriment la joie, le partage et la consommation plaisir.

Les perspectives de développement de Krispy Kreme en France sont robustes. Au plan global, le marché du doughnut enregistre un taux de croissance moyen de 3,5 à 5 % selon les régions du monde. Le système est le fruit d’un savant dosage entre une expérience consommateur forte au travers de « theater shops » aux couleurs de la marque et un accès démultiplié aux produits par le biais d’un réseau de boutiques, de points de vente et de corners dans les lieux de fort passage (grande distribution,



gares, aéroports, centres commerciaux...), de la livraison et du e-commerce.

Au cours des cinq prochaines années, Krispy Kreme Doughnuts

France projette d'ouvrir plus de 500 points d'accès sur Paris/Île-de-France, notamment dans des lieux à forts flux de consommateurs (grande distribution, gares, aéroports, centres commerciaux...). ●



Le pionnier de la restauration chaînée végétalienne

Première enseigne internationale de restaurants végan, Copper Branch, créée au Canada en 2014, est présente dans quatre pays au travers de plus de 70 points de vente. En février 2020, les activités de Copper Branch en France, qui comptait alors 6 franchisés, ont été intégrées à Wagram Food Service.

Après une réorganisation de l'offre et de l'expérience client, l'enseigne a retrouvé une nouvelle dynamique et entend démocratiser la cuisine végétale au travers de produits gourmands, connus et aimés de tous (wraps, burgers, bowls, boissons).

Copper Branch bénéficie d'un positionnement unique en France basé sur :

- Des produits à base végétale ;
- Des recettes gourmandes et saines à des prix raisonnables pour un public végan, végétarien et flexitarien ;
- Une ambiance végétale et décontractée ;
- Des engagements RSE très élevés.

Copper Branch est un véritable pionnier en France sur un marché du fast casual végan qui est en pleine expansion et où les chaînes sont encore peu présentes. ●





Wagram Food Service

103, rue La Fayette, 75010 Paris

