



Le groupe Colmar lance son nouveau concept 'Colmar Restaurant & Buffet' en Belgique et ouvre ses premiers restaurants entièrement rénovés à Oostakker et Anvers

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

Communiqué de presse, Audenarde, 4 décembre 2025 – Le 4 décembre, le premier restaurant Colmar Restaurant & Buffet entièrement rénové ouvrira ses portes à Oostakker. Deux semaines plus tard, le 17 décembre, le restaurant rénové d'Anvers suivra. Ces réouvertures sont les premières réalisations visibles en Belgique dans le cadre d'un plan d'investissement ambitieux de 7 millions d'euros, grâce auquel le groupe Colmar va entièrement rajeunir son réseau Colmar et Crocodile au cours des deux prochaines années.

Le relancement n'est pas un simple restylage 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. Colmar 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 5 établissements Colmar en Belgique et 15 restaurants Crocodile en France. Tous les restaurants sont ouverts 7 jours sur 7, 365 jours par an.

La relance en Belgique avec les restaurants d'Oostakker et d'Anvers, ainsi que la réouverture en octobre dernier du Crocodile Restaurant & Buffet rénové à Tourcoing (FR), marquent le coup d'envoi d'un plan de rajeunissement par étapes de l'ensemble du réseau de restaurants du Colmar Group en Belgique et en France. Entre 2025 et 2027, Colmar Group investira 7 millions d'euros dans trois piliers :

- Une offre renouvelée qui reste fidèle à la combinaison unique d'un restaurant avec service à table et d'une formule buffet. Colmar 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 séduit plusieurs générations de clients. Pour les plus petits, les vastes coins enfants avec des éléments interactifs et éducatifs de Colmar font à nouveau de cet endroit un lieu où les enfants s'amusent et les parents se détendent.
- Une marque plus jeune, au look contemporain, qui correspond mieux à l'univers des jeunes, des jeunes couples, des familles et des collègues : nouveau logo, nouvelle identité visuelle et nouvelle image de marque.

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

« Avec les restaurants Colmar rénovés, nous proposons une interprétation contemporaine d'une formule qui existe depuis trois générations et qui est une valeur sûre dans le paysage gastronomique belge pour des millions de clients. Pour rester pertinents, nous devons voir plus loin qu'un nouveau logo et redessiner l'expérience de marque dans son ensemble, en l'adaptant aux attentes d'une nouvelle génération de clients. »

« Nous restons fidèles à notre identité et à nos points forts, 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. Nous voulons faire revivre la brasserie familiale conviviale qui accueille chaleureusement les Belges depuis des générations, en offrant à nos clients l'expérience qu'ils attendent aujourd'hui lorsqu'ils se rendent au restaurant. Aujourd'hui, Oostakker et Anvers marquent le début d'un nouveau chapitre dans lequel nous préparons Colmar pour la prochaine génération », ajoute David Van den Weghe.

Oostakker est le premier restaurant du groupe en Belgique où les choix stratégiques de la rénovation deviennent concrètement visibles, suivi par Anvers, à partir du 17 décembre. Tous les éléments de la formule – de l'offre culinaire et de l'expérience à l'accueil des familles, en passant par la décoration et même la vaisselle – ont été soumis à un 'test générationnel', avec une attention particulière accordée au confort des clients, à une communication claire, 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 Colmar qui renforce la marque sans perdre son ADN reconnaissable.

Les autres établissements belges et français des deux marques suivront dans les mois à venir. Le déploiement complet dans les 5 restaurants belges et les 15 restaurants français sera achevé au plus tard 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 Colmar Restaurant & Buffet. Dès que le nouveau modèle sera opérationnel et stable dans tous les restaurants existants, nous pourrons procéder à une évaluation minutieuse et envisager une nouvelle croissance », ajoute David Van den Weghe, PDG.



COLMAR

RESTAURANT & BUFFET

Une riche histoire d'expérience familiale avec une combinaison unique de restaurant avec service à table et buffet

Les fondements du groupe Colmar ont été posés dès 1957 à Bruxelles avec un restaurant de luxe et un snack-bar, baptisés Colmar. Dans les années 70, la famille Dossche a repris les deux restaurants afin de développer davantage le concept Colmar. Après un voyage d'étude, la première génération de l'entreprise familiale a importé le concept de restaurant et de buffet des États-Unis vers la Belgique dans les années 70, puis vers la France en 1989, où le nom Colmar a été changé peu après le lancement en Crocodile, afin d'éviter toute confusion avec la cuisine alsacienne. Les générations suivantes sont restées fidèles à cette formule et, grâce à la combinaison gagnante du restaurant avec service à table et du buffet, le groupe reste à ce jour unique dans le secteur en Belgique.

Les recettes Colmar déterminent également la spécificité des restaurants du groupe. Les 20 restaurants Colmar et Crocodile sont soutenus par le service R&D et la cuisine centrale du siège social à Audenarde. Le service de R&D développe chaque année une centaine de nouvelles recettes, chacune d'entre elles étant soumise à des tests rigoureux en matière de sécurité alimentaire et d'allergènes. Cette innovation constante s'adapte intelligemment aux saisons : toutes les deux semaines, un panel alimentaire de professionnel teste de nouvelles recettes avant qu'elles ne soient éventuellement intégrées à la gamme Colmar. La cuisine centrale produit ensuite ces recettes uniformes et accessibles ou leurs principaux composants, ce qui constitue la force de ce positionnement unique : les recettes Colmar ne sont pas seulement au cœur de l'offre de saveurs authentiques et reconnaissables de Colmar, elles sont également la garantie d'une qualité constante et de la signature indéniable du groupe Colmar que les clients peuvent retrouver dans chaque restaurant.





Contact presse

Nathalie Verbeeck, Verba Nata, nathalie.verbeeck@verbanata.be, +32 477 457541

Vous souhaitez en savoir plus sur 'Colmar Restaurant & Buffet' et sur le groupe Colmar?

Consultez le dossier de presse complet que vous trouverez également en annexe.

www.colmar.be

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 Belgique et en France. Le groupe exploite actuellement 5 établissements Colmar Restaurant & Buffet en Belgique et 15 établissements Crocodile Restaurant & Buffet en France, 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 Colmar et Crocodile 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, Colmar et Crocodile se profilent comme des restaurants familiaux accessibles, avec une approche résolument adaptée aux enfants. Le département de R&D et la cuisine à Audenarde (Belgique) développent toutes les recettes, ce qui garantit une qualité uniforme, la sécurité alimentaire et des prix compétitifs dans tous les établissements.