

La chaîne de restauration rapide New School Tacos accélère son déploiement

Levée de fonds, nouvel entrepôt, développement à l'international : six ans après sa création et l'ouverture de son premier restaurant dans le quartier

de Saint-Cyprien, l'entreprise toulousaine New School Tacos, en forte croissance, multiplie les projets et grandit rapidement.

La chaîne toulousaine de restauration rapide New School Tacos (15 salariés, CA 2021 : 16 M€), qui se définit comme le spécialiste des "tacos" (plat mexicain composé d'une tortilla de maïs repliée contenant une garniture) français, accélère son déploiement à la faveur d'une levée de fonds de plus d'un million d'euros auprès de la société d'investissement [Inter Invest Capital](#) et de la société de conseil [FoodXpert](#). L'objectif poursuivi par la PME, qui vient d'enregistrer une croissance de 50 %, est de doubler ses effectifs d'ici la fin de l'année, tout comme son budget marketing (200 000 euros en 2021), et à pousser l'innovation de ses produits.

En février 2016, l'ouverture de son premier restaurant (1,9 M€ de chiffre d'affaires) dans le quartier de Saint-Cyprien, à Toulouse, avait rencontré un succès immédiat. Dans la foulée, Anthony Mazzone et Selim Jaouadi, ses jeunes fondateurs, amis d'enfance originaires de Grenoble, ont lancé un autre point de vente sur l'avenue Jean Chaubet, puis à Cenon, en Gironde. En avril 2018, les deux premières franchises du réseau ont vu le jour à Montauban (Tarn-et-Garonne) et à Marseille. Aujourd'hui, New School Tacos revendique 23 points de vente, dont une franchise à Tanger (Maroc), montée par l'un des anciens collaborateurs du premier restaurant de Saint-Cyprien.

15 ouvertures de points de vente par an

L'enseigne projette d'en ouvrir quinze chaque année jusqu'en 2025, pour atteindre rapidement les 50 points de vente. Ainsi, New School Tacos fleurira bientôt à plusieurs endroits de la métropole toulousaine, dans les quartiers de Ranguel et de Purpan, à Colomiers et à Blagnac. Mais aussi partout en France : à Aix-en-Provence, Grenoble, Melun (Seine-et-Marne), Montpellier, tandis que la prospection pour des locaux bât son plein en Bretagne.

" Nous engageons par ailleurs une forte dynamique de développement à l'international, confie le directeur marketing de New School Tacos, Anthony Papadimitriou. Un deuxième point de vente va bientôt ouvrir à Tanger et nos fondateurs se trouvaient récemment au Maroc afin de rencontrer des investisseurs à Casablanca et à Marrakech. Des points de vente pourraient également ouvrir rapidement en Allemagne, en Belgique et en Espagne. Enfin, nous travaillons à des possibilités de développement dans les pays du Golfe, à Dubaï, au Qatar et en Arabie saoudite. C'est un marché extrêmement porteur pour les tacos.

Un laboratoire de R & D

Début janvier, l'équipe de New School Tacos a aussi emménagé dans ses nouveaux locaux, un entrepôt de 2 000 m situé dans le quartier de Sesquières. Il regroupe l'effectif du siège, sur 500 m², et la centrale d'achat, que New School Tacos possède depuis 2019. " Elle nous permet de réaliser des économies d'échelle en termes de transport et de logistique, poursuit le directeur marketing.

La levée de fonds va par ailleurs permettre de rénover le restaurant historique de Saint-Cyprien (décoration, signalétique, bornes) et d'y intégrer un laboratoire de R & D. " Nous sommes très portés sur l'innovation produit et l'expérience client, explique Anthony Papadimitriou. Nous sommes par exemple la seule marque de tacos à proposer des galettes de blé roses et vertes, élaborées à partir de colorants 100 % naturels, à base de betterave et d'épinard. Nous avons aussi été les premiers à mettre dans notre carte des frites de patates douces. Ce laboratoire va nous permettre de tester de nouveaux produits.



Chillin'Corner, bientôt une marque à part entière

En 2019, les fondateurs Anthony Mazzone et Selim Jaouadi avaient inclus une deuxième marque dans la marque, en créant Chillin'Corner, des espaces dédiés à la dégustation de produits sucrés (gaufres, milk-shakes, smoothies aux fruits...) dans ses restaurants les plus grands. En 2021, New School Tacos a redéfini le concept de ses points de vente, en les déclinant en trois modèles. Le concept "premium", pour des restaurants de plus de 100 m dans lesquels on trouve l'ensemble de la gamme de produits (chiffre d'affaires moyen d'un restaurant : 900 000 euros) ; le concept "compact", pour des établissements de taille plus modeste, avec ou sans Chillin'Corner ; et le concept "corner", à l'instar du kiosque installé sur le parvis de la gare Matabiau à Toulouse, ou de ceux qui prendront bientôt place à Melun et à Aix-en-Provence. Complémentaires au modèle premium, ces formats plus petits doivent permettre d'élargir les possibilités d'implantation de la marque. Présente aujourd'hui dans une dizaine de restaurants, Chillin'Corner, elle, est appelée à gagner son autonomie en devenant une marque à part entière.



Selim Jaouadi et Anthony Mazzone ont créé la chaîne de restauration rapide New School Tacos en 2016 à Toulouse. Photo : DR

0yEagtzqinOEFmMmnmzRdP6xIGzAglyAVFKUIGLZmCOOQ49qo-Zm16nef2nRmzB4XdQ8-IHkaEzxBxl2wMGNh



0yEagtZqniinOEFpMlmmnxZrRdP6xlGzAgglyAVFKUIGLZmC00Q49qo-Zm16nef2nRmzB4XdQ8-IHkaEzxBxl.2wMGNh