



## O'Tacos s'impose sur la scène des festivals : une présence sur 5 rendez-vous majeurs de l'été

Montrouge, le 6 juillet 2026 - Cet été, O'Tacos confirme son ancrage dans l'univers de la musique et de la street culture en déployant une stratégie événementielle d'envergure. Après avoir fait de ces territoires des piliers de son identité, la marque passe à la vitesse supérieure avec une présence sur cinq festivals majeurs en France et en Belgique.

À travers une activation immersive de 60 m<sup>2</sup>, O'Tacos va à la rencontre de ses communautés et transforme chaque rendez-vous en véritable expérience de marque, renforçant ainsi sa proximité avec les jeunes générations et son ambition de s'imposer comme un acteur incontournable des grands événements culturels.

A chaque étape, les visiteurs pourront retrouver trois recettes emblématiques de O'Tacos, spécialement proposées pour faire découvrir (ou redécouvrir) les incontournables de la marque. L'expérience sera également rythmée par des distributions de goodies exclusifs (tatouages éphémères et casquettes), des animations et de nombreux moments de partage, dans un esprit fidèle à l'ADN de O'Tacos.

Entre musique, expériences immersives et moments de convivialité, la marque déploie un dispositif sur les plus grands festivals de l'été 2026 :



*Une expérience O'Tacos : immersive, généreuse, festive.*

## Une marque qui assume son ADN impertinent et culturel

O'Tacos revendique une identité rebelle et assumée, fidèle à son ADN. « La marque défend une approche sans compromis, centrée sur l'originalité et la rupture avec les codes classiques de la restauration rapide », explique **Stéphane Chérel, Directeur Général France**. Cette posture se traduit par des prises de parole décalées, des activations terrain et des partenariats structurants, notamment avec le Paris Basketball. Leader sur son marché, O'Tacos place sa communauté au cœur de sa stratégie en l'impliquant dans ses campagnes et en allant à sa rencontre lors de temps forts culturels et sportifs.

## La musique et les communautés au cœur de la stratégie

La musique constitue un pilier central de son positionnement. Après des présences sur des festivals comme Les Ardentes, Yardland ou Golden Coast, O'Tacos renforce son ancrage en 2026 en France et en Belgique. Cette dynamique s'inscrit dans une logique plus large d'ancrage culture & lifestyle, au croisement de la street culture, du sport et de la musique, auprès d'une audience jeune et engagée. L'ambition est claire : dépasser la restauration rapide pour devenir une marque culturelle à part entière.

### À propos d'O'Tacos

Fondée en 2007, O'Tacos est la marque leader et pionnière du FRENCH TACOS. Connue pour ses recettes généreuses, sa sauce fromagère iconique et son univers inspiré de la street culture, l'enseigne compte aujourd'hui plus de 350 restaurants en France et à l'international. O'Tacos continue d'innover avec des créations originales et des collaborations artistiques qui font vibrer sa communauté.