

Tortilla se lance en France et donne le ton dans une première campagne de marque !

Un concept et une expérience inédits en France

Tortilla, l'enseigne californienne d'inspiration mexicaine, lancée au UK arrive en France et dévoile sa première campagne de marque réalisée par [l'agence Syd](#).

La singularité de Tortilla vient de sa **double culture, mexicaine par ses racines, californienne par son esprit**. Inspirée des taquerias de la côte Ouest, la marque conjugue le lifestyle Californien aux saveurs mexicaines authentiques, affirmées et irrésistibles.

L'enjeu principal de la campagne pour Tortilla est de **faire découvrir aux Français le produit phare de la marque, le burrito, un produit méconnu** en France, souvent associé à une proposition trop épicée ou trop lourde. D'après l'étude Yougov de Mars 2025: « 70% des français déclarent ne pas le connaître ».

Une campagne qui pose le style Tortilla

Avec cette première prise de parole, pensée et réalisée par Syd, Tortilla définit les bases d'un nouveau territoire culinaire.

Inspirée des aspirations healthy californiennes, Tortilla a développé **une offre originale** qui répond aux attentes de la **Gen Z** : une composition sur mesure avec un choix de plus de 10 légumes frais, des viandes et du riz. De quoi combler les désirs d'expérience riche en saveurs et d'alimentation "healthy", d'une génération qui détestent les contraintes et prônent la personnalisation. Tout est préparé à la commande, servi chaud avec des portions généreuses.

La campagne en plusieurs volets prend le contrepied des croyances existantes autour du burrito pour mieux les lever. La marque installe une prise de parole singulière dans un univers où la communication alimentaire reste souvent normative. La marque s'empare de ces codes pour les faire bouger, avec humour et légèreté, **en célébrant le plaisir simple de bien manger sans se poser de questions. Sans injonctions, ni discours moralisateur.** Un équilibre entre fraîcheur et gourmandise, exigence et fun, qui donne à Tortilla un territoire distinctif dans un marché dominé par les géants du burger et du poulet frit.

«La mission de Tortilla est de faire découvrir le burrito et de proposer une nouvelle expérience culinaire autour de notre produit iconique. En rendant le burrito accessible à tous, nous prôtons une cuisine de qualité, fraîche et personnalisable. Au-delà d'une campagne de marque, c'est le partage d'une culture que Tortilla veut défendre. »

Florence Arwani, Directrice Marketing & Communication Tortilla France

La campagne sera diffusée en novembre en digital et dans les 7 restaurants déjà ouverts (Bercy Village, Belle Epine, Val d'Europe, Carré Sénart, Strasbourg, Lille, et Gare du Nord à ouvrir d'ici Décembre).

À propos :

Fondée à Londres en 2007 par Brandon et Jen, deux Californiens passionnés, **Tortilla est aujourd'hui le plus grand réseau de restaurants de burritos et tacos à la californienne du Royaume-Uni, avec plus de 100 restaurants dans le monde.** Inspirée des taquerias californiennes, l'enseigne propose des burritos, tacos et quesadillas préparés à la minute, à partir d'ingrédients frais et personnalisables, dans une ambiance décontractée et colorée. Arrivée en France suite au rachat de Fresh Burritos en 2024, **Tortilla a ouvert en juin 2025 son premier restaurant à Strasbourg, avant de poursuivre son expansion avec de nouvelles implantations en centres villes et centres commerciaux à Lille, Belle Épine, Val d'Europe, Carré Sénart et Bercy Village, avec l'ambition d'y installer durablement la "burrito culture".**

Pour en savoir plus : www.fr.tortilla.co