



Communiqué de presse – Octobre 2023

Mikuna accélère son développement et annonce sa première levée de fonds.

La cantine la plus sud-américaine de Paris vient tout juste de boucler son premier tour de table et **lève plus d'1 million d'euros** en Equity auprès de 13 business angels, parmi lesquels on peut citer : Frédéric Merlin, Président du groupe SGM et nouvel acquéreur du BHV Marais, Sébastien Chapalain, ex DG de Pizza Hut France, ex président de Class croute, ou encore d'autres investisseurs derrière le succès de chaînes de restauration sud américaine de renommée mondiale.

C'est en 2019 que Amaury Dumont et Thomas Ferdant, deux amis d'enfance à l'âme d'entrepreneurs, lancent **Mikuna**, concept de « street-food » ayant pour vocation de faire découvrir et rendre accessible, à tous, la cuisine péruvienne. Face au succès, ils aspirent rapidement à devenir LA référence de la cuisine sud-américaine en France à travers un format de restauration hybride opérant midi et soir et une nouvelle carte tels que des ceviches, burritos, empanadas, et autres mets gourmands qui flairent bon le voyage et le soleil avec des tapas et cocktails le soir.

7 points de vente plus tard (4 restaurants dont un franchisé et 3 restaurants éphémères en saison estivale en collaboration avec le Groupe Paris Society) et la création d'une offre traiteur pour répondre aux besoins événementiels, Mikuna continue de distiller la joie de vivre latine aux milliers de clients qui viennent se retrouver et partager sa savoureuse cuisine.

Mikuna ne s'arrête pas là et dévoile par la même occasion **une nouvelle identité de marque** bohème chic avec son emblématique lama (accompagné par Club Kitchen)

Cette dernière traduit un nouveau positionnement marketing qui s'axe autour de la cuisine, de la convivialité et du partage avec comme nouvelle signature **Mikuna, South American Kitchen**.

« La cuisine sud-américaine est une cuisine d'expérience et nous souhaitons à travers le Pérou, l'Argentine et le Mexique faire découvrir ces spécialités qui plaisent à tous. Notre signature « South American Kitchen » traduit l'idée d'un concept moderne qui englobe la pluralité de l'offre proposée. »

Thomas Ferdant

« Nous allons continuer à nous déployer étape par étape. En premier lieu nous allons prolonger notre développement en propre à Paris et créer notre concept 3.0 tout en mettant un vrai coup d'accélérateur sur notre solution traiteur évènementiel. Par la suite nous partirons à la conquête de la province à Lyon, Bordeaux, Marseille, Strasbourg ou encore Lille. Notre objectif est l'ouverture de 12 restaurants en propre, la même chose en franchise à travers la France d'ici 4 ans ! Notre ambition est d'être le prochain Big Mamma sud américain » Amaury Dumont