



COMMUNIQUE DE PRESSE

Cofondateur et ancien dirigeant d'O'Tacos, Patrick Pelonero revient au French tacos avec UFT, aux côtés de Yanis Setti

Créée à Dubaï par Patrick Pelonero, Ultimate French Tacos arrive en France via une master-franchise portée par TAWILA. Objectif : ouvrir dix restaurants d'ici fin 2026.



PATRICK PELONERO



YANIS SETTI

Plusieurs années après avoir contribué à faire du French tacos un phénomène national avec O'Tacos, Patrick Pelonero ouvre un nouveau chapitre entrepreneurial avec Ultimate French Tacos (UFT). Une marque qu'il a imaginée et créée à Dubaï avec, dès l'origine, une ambition internationale.

La rencontre avec Mehdi Bella et l'écosystème TAWILA a accéléré l'arrivée de la marque en France. TAWILA a acquis les droits de master-franchise pour le territoire français et pilote désormais son déploiement. Yanis Setti, fondateur et directeur général d'All Day Snack (ADS), est associé au développement français d'UFT et intervient directement sur le produit, l'expérience client et le modèle opérationnel.

1

marque créée à Dubaï

10

restaurants visés d'ici fin 2026

+80

restaurants BIG M

2

expertises complémentaires

Pourquoi revenir sur un marché que l'on a contribué à structurer ?

Après avoir quitté O'Tacos, Patrick Pelonero a continué d'observer l'évolution d'un marché devenu plus concurrentiel, plus standardisé et soumis à une forte pression sur les coûts. Dans le même temps, les consommateurs attendent davantage de lisibilité sur le produit, de goût, de régularité et un rapport qualité-prix cohérent.

Avec UFT, il ne cherche pas à reproduire un modèle passé. Il souhaite mettre son expérience de la marque, du réseau et du développement international au service d'une nouvelle proposition : une enseigne pensée pour grandir rapidement sans perdre de vue la promesse faite au consommateur.

“ Je ne reviens pas dans le French tacos pour refaire ce qui a déjà été fait. UFT a été pensée à Dubaï avec une ambition internationale et une conviction simple : il est possible de bâtir une grande marque tout en remettant le goût, la qualité d'exécution et l'accessibilité au centre. ”

Patrick Pelonero, fondateur d'Ultimate French Tacos, cofondateur et ancien dirigeant d'O'Tacos

UFT : une marque internationale, un développement français clairement structuré

Ultimate French Tacos a été créée à Dubaï par Patrick Pelonero, qui en est le fondateur unique. Le projet a d'abord été conçu pour les Emirats arabes unis et le Moyen-Orient, avec la volonté de bâtir une marque exportable vers d'autres marchés. En France, le déploiement repose sur un schéma distinct et transparent : TAWILA détient les droits de master-franchise et assure le développement commercial de la marque. UFT est associée au développement français de la marque et intervient directement sur le produit, l'expérience client et le modèle opérationnel.

Yanis Setti : bien plus que « la nouvelle génération »

Fondateur et directeur général d'All Day Snack, Yanis Setti n'apporte pas seulement son énergie ou sa connaissance des nouveaux usages. Entrepreneur de terrain, il s'est formé au produit, à la cuisine et à l'exploitation d'un concept de restauration rapide. Avec ADS, il a développé une approche fondée sur le travail des recettes, la sélection des matières premières, la régularité du produit et la proximité avec les attentes des consommateurs.

Associé au développement français d'UFT, il contribue à transformer la vision de Patrick Pelonero en une offre concrète, reproductible et exploitable dans chaque restaurant. Son rôle couvre notamment le travail produit, l'expérience client et l'adaptation du concept aux réalités du marché français.

“ Une marque ne peut pas reposer uniquement sur un nom ou une identité. Elle doit tenir sa promesse dans l'assiette, à chaque service et dans chaque restaurant. Avec UFT, notre travail consiste à construire un produit générique et identifiable, mais aussi un modèle simple et solide pour les exploitants. ”

Yanis Setti, fondateur et directeur général d'All Day Snack, associé au développement français d'UFT

Remettre le produit au centre du French tacos

Le French tacos repose sur des marqueurs immédiatement identifiables : une tortilla de blé blâ et grillée, une garniture généreuse, des frites, une ou plusieurs viandes et une sauce fromagère. UFT souhaite conserver cette identité populaire tout en faisant évoluer la qualité perçue, le goût et la régularité du produit.

La marque travaille notamment sur :

- une tortilla de blé élaborée selon un cahier des charges propre à UFT ;
- une sauce fromagère signature et des sauces préparées sur place ;
- une sélection exigeante des viandes et des matières premières ;
- des recettes lisibles, généreuses et facilement reproductibles ;
- un positionnement accessible, sans sacrifier la qualité d'exécution.

L'objectif n'est pas de transformer le French tacos en produit élitiste, mais de trouver un meilleur équilibre entre gourmandise, fraîcheur, constance et maîtrise du prix.

Un modèle pensé pour la succursale comme pour la franchise

Le déploiement français d'UFT s'appuie sur l'écosystème TAWILA, son expérience avec BIG M (plus de 80 restaurants), BIG Canteen, son format multimarques, et une centrale d'achat expérimentée. Grâce à un sourcing national et international et à des prix négociés sur les volumes, UFT sélectionne ses produits au juste prix, sans surfacturer les matières premières aux franchisés. L'objectif : préserver des marges confortables pour les exploitants et maintenir des prix bas pour les clients, dans des restaurants en propre, en franchise ou au sein de BIG Canteen.

Dix restaurants ouverts d'ici fin 2026

Pour sa première phase de déploiement en France, UFT vise l'ouverture effective de dix restaurants entre l'été et la fin du mois de décembre 2026. Les premières implantations sont en cours de préparation, mais les villes seront annoncées au fur et à mesure de la sécurisation des projets et des calendriers d'ouverture.

Au-delà du chiffre, cette première séquence doit permettre de tester le concept dans plusieurs configurations, de consolider les standards opérationnels et de préparer une montée en puissance progressive du réseau français.

Une complémentarité de rôles, pas une opposition de générations

Patrick Pelonero apporte la connaissance historique du marché, l'expérience de la construction d'une enseigne nationale et une vision internationale. Yanis Setti apporte le travail produit, l'exécution opérationnelle et une compréhension directe des usages de la restauration rapide contemporaine. TAWILA fournit le cadre de déploiement, les moyens et l'expérience réseau nécessaires à l'ouverture des premiers restaurants.

L'histoire d'UFT ne repose donc pas sur la rencontre entre « l'ancien » et « le jeune », mais sur l'association de trois forces complémentaires : une marque et une vision fondatrice, une expertise produit et terrain, et une organisation capable de développer rapidement un réseau.

À propos



ULTIMATE FRENCH TACOS

Ultimate French Tacos est une marque de French tacos créée à Dubaï par Patrick Pelonero. Première des Français pour un développement international, elle arrive en France via une master-franchise portée par TAWILA. UFT vise dix ouvertures en France d'ici fin 2026.



PATRICK PELONERO

Entrepreneur de la restauration et cofondateur d'O'Tacos, dont il a également été dirigeant, Patrick Pelonero connaît les enjeux de création de marque, de franchise et de développement international. Il est le fondateur unique d'Ultimate French Tacos.



YANIS SETTI

Yanis Setti est le fondateur et directeur général d'All Day Snack. Entrepreneur de terrain, il a développé des concepts de restauration rapide en travaillant conjointement le produit, l'expérience client et l'exécution opérationnelle. Il est associé au développement français d'UFT.



TAWILA

TAWILA porte la master-franchise UFT en France. Son écosystème s'appuie sur BIG M, réseau de plus de 80 restaurants, BIG Canteen, format multimarques, et une centrale d'achat expérimentée.