

Napaqaro – alliance de Buffalo Grill, Courtepaille et Bun Meat Bun : un nouveau nom pour bâtir la restauration de demain

Le 30 novembre 2021

En octobre 2020, en plein cœur de la crise sanitaire, les enseignes Buffalo Grill et Courtepaille s'unissaient, liées par la volonté de réinventer un avenir commun et bâtir la restauration de demain. Après la création d'une marque 100% digitale, *Bun Meat Bun*, fruit du savoir-faire des deux géants de la restauration à table, l'heure est venue pour le groupe de dévoiler sa nouvelle identité, née des valeurs et de la vision des entités qui le composent.

Dirigé par Jocelyn Olive, **napaquaro** a pour ambition de devenir un leader français des cuisines populaires, en proposant une offre de restauration authentique et conviviale, qui rassemblera le plus grand nombre. En développant pour ses restaurants et ses partenaires franchisés un écosystème de marques physiques (restauration à table) et de marques digitales (livraison à domicile), le groupe affirme son choix de bâtir des solutions de restauration omnicanales. Les enseignes iconiques du groupe, Buffalo Grill et Courtepaille, garderont leurs identités propres au sein de **napaquaro**.

Avec 100 ans d'histoire cumulés, 50 millions de repas servis par an et 600 restaurants, **napaquaro** hérite d'une tradition bien ancrée, mais aussi d'une culture entrepreneuriale forte. En conservant l'esprit pionnier de Jean Loisier, fondateur de Courtepaille, et de Christian Picart, fondateur de Buffalo Grill, **napaquaro** ouvre de nouveaux horizons. Le groupe propose le meilleur de l'expérience à table et de la livraison à domicile, via ses restaurants et ses dark kitchen.

Jocelyn Olive, Présidente CEO, explique : « *L'année écoulée a été éprouvante pour le secteur de la restauration, mais nous avons saisi cette opportunité pour nous réinventer. Nous nous sommes adaptés aux nouvelles habitudes de consommation et l'heure est venue de réécrire les codes de ce marché. La nappe à carreau emblématique des restaurants français et de la cuisine populaire se transforme avec nous. Elle se modernise et acquiert une nouvelle dimension tout en restant sincère et conviviale. De la nappe à carreaux aux dark kitchen il n'y avait qu'un pas. Avec nos partenaires franchisés et les 11 000 salariés du groupe, nous sommes prêts à bâtir la restauration de demain. Les futures acquisitions et les projets à venir confirmeront nos ambitions.* »

Entre tradition et disruption, **napaquaro** se propose de régaler le plus grand nombre de cuisines simples, saines et gourmandes, pour célébrer les petits et les grands moments de la vie. Ces notions d'accessibilité, de plaisir du quotidien sont au cœur de sa stratégie, qui passe notamment par un projet social unique, baptisé « Ecole de la Vie », et un travail continu sur la transition alimentaire.

A propos de napaquaro

Né en 2020 suite au rapprochement des marques iconiques Buffalo Grill et Courtepaille, le groupe NAPAQARO renforce son offre en 2021 avec le lancement réussi de la marque 100% digitale Bun Meat Bun. Avec plus de 50 millions de repas servis chaque année dans ses 600 restaurants et avec ses 175 partenaires franchisés, le leader français de la restauration à table et de la cuisine populaire rassemble 11 000 collaborateurs, fiers et engagés, avec pour ambition de bâtir la restauration de demain.