

AVEC SEPT MARQUES DANS SON ÉCOSYSTÈME, TAWILA CHANGE D'ÉCHELLE



Créé au printemps 2025, Tawila franchit une nouvelle étape de son développement. En un peu plus d'un an, le groupe a structuré un écosystème réunissant sept marques et activités complémentaires dans la restauration, la franchise, le développement produit, les équipements professionnels et les concepts multimarques.

Tawila déploie une stratégie fondée sur trois piliers : l'acquisition et le développement de master franchises, l'investissement dans des entreprises à fort potentiel et la création de synergies capables d'accélérer la croissance des enseignes.

Cette approche permet au groupe d'intervenir à plusieurs étapes de la chaîne de valeur : identification des concepts, adaptation au marché français, structuration des réseaux, développement des produits, équipement des établissements et accompagnement opérationnel des franchisés.

UN ÉCOSYSTÈME DE MARQUES COMPLÉMENTAIRES

L'écosystème **Tawila** rassemble aujourd'hui **BiG M, Fatburger, BiG Canteen, BiG Kroosty, BiG Qafé, ADS – All Day Snack**, et plus récemment, **UFT – Ultimate French Tacos**.

Ces différentes entités répondent à une même ambition : construire un modèle intégré dans lequel les expertises, les ressources et les formats se complètent pour favoriser le développement de chaque marque.

Au cœur de cette organisation, **BiG Canteen** constitue le lieu de rassemblement des marques franchisées du groupe. Ce concept multimarque permet de réunir, dans un même espace, plusieurs offres de restauration et d'adapter la sélection des enseignes aux territoires, aux emplacements et aux attentes des consommateurs.

DEUX MASTER FRANCHISES POUR ACCÉLÉRER LE DÉVELOPPEMENT EN FRANCE

Tawila s'appuie notamment sur l'acquisition de droits de master franchise afin de piloter directement le déploiement de marques à fort potentiel sur le marché français.

Le groupe a ainsi racheté aux États-Unis la master franchise de Fatburger pour développer en France cette enseigne internationale née à Los Angeles. Cette opération a permis à Tawila de prendre en charge la stratégie d'implantation, la structuration du réseau et l'accompagnement des futurs franchisés sur le territoire.

Plus récemment, **Tawila** a acquis auprès de Patrick Pelonero les droits de master franchise d'**UFT – Ultimate French Tacos** pour la France. Cette nouvelle enseigne entend remettre le goût, le produit et les recettes travaillées au cœur du tacos français, avec un premier déploiement piloté par **Tawila**.

Le lancement français d'**UFT** s'appuie également sur l'expertise de Yanis, fondateur d'**ADS – All Day Snack**, dans le développement produit, les recettes maison, les viandes marinées et l'innovation culinaire. **Tawila** est par ailleurs entrée au capital d'**ADS**, renforçant ainsi les complémentarités entre développement de marque et expertise produit.

UN MODÈLE QUI VA AU-DELÀ DE LA RESTAURATION

La stratégie de **Tawila** ne repose pas uniquement sur l'ouverture de restaurants. Le groupe construit progressivement un environnement de services destiné à faciliter le lancement, l'exploitation et le développement des enseignes.

Cette logique se traduit notamment par la présence d'équipements pour la restauration professionnelle, ainsi que par des partenariats spécialisés mobilisés selon les besoins des marques. L'objectif est de proposer aux enseignes et aux franchisés un accompagnement plus transversal, depuis la conception du concept jusqu'à son déploiement opérationnel.

Tawila poursuit parallèlement ses investissements dans **BiG M** et le développement de formats complémentaires, parmi lesquels **BiG Kroosty, BiG Qafé** et **BiG Canteen**.

« En un peu plus d'un an, nous avons posé les bases d'un véritable écosystème. Notre ambition n'est pas d'additionner les marques, mais de réunir des expertises complémentaires pour mieux les développer : produit, franchise, équipement, exploitation et accompagnement des entrepreneurs. Tawila doit devenir un accélérateur pour les concepts que nous choisissons de porter en France. »

Mehdi Bella, dirigeant de Tawila

UNE NOUVELLE PHASE DE DÉVELOPPEMENT

Après une première phase consacrée à la structuration de son portefeuille et de ses expertises, **Tawila** entre désormais dans une étape de déploiement. Le groupe entend poursuivre l'expansion de ses enseignes, développer ses master franchises et faire de **BiG Canteen** une vitrine de son modèle multimarque.

Cette dynamique doit également permettre de mutualiser davantage les savoir-faire au bénéfice des franchisés et des partenaires, tout en conservant l'identité et le positionnement propres à chaque enseigne.

Les prochaines ouvertures et les objectifs chiffrés de développement feront l'objet d'une nouvelle prise de parole du groupe en janvier 2027.

À PROPOS DE TAWILA

Créé au printemps 2025, Tawila est un groupe français spécialisé dans le développement de marques, la franchise et l'investissement dans l'univers de la restauration. Son écosystème réunit aujourd'hui BiG M, Fatburger, BiG Canteen, BiG Kroosty, BiG Qafé, ADS – All Day Snack, Equip'Food et UFT – Ultimate French Tacos. Tawila accompagne le lancement et la croissance de ses enseignes en combinant expertise produit, structuration des réseaux, services aux professionnels et accompagnement opérationnel.