



## Tío Bigotes France présente un concept de Fast Casual autour d'un produit universel : l'empanada

Produit simple, savoureux et gourmand, elle ne nécessite aucune acculturation préalable de la part du consommateur : **l'empanada existe partout depuis toujours.**

Chez Tío Bigotes, elle est pensée comme un **produit universel**, capable de traverser les frontières culturelles sans perdre son attractivité. L'offre est volontairement inclusive et lisible, avec des recettes adaptées à tous les goûts et styles alimentaires : viande, légumes, végétarien, épicé, halal, vegan.

Chez Tío Bigotes : *chacun a son goût.*

Cette lisibilité immédiate constitue un **avantage concurrentiel fort**, dans un paysage de la restauration rapide souvent marqué par la complexité des offres et des concepts.

### Un projet incarné par une histoire authentique

**Tío Bigotes France** est né de la vision d'Alexandre Lacharmoise, qui a vécu de nombreuses années en Argentine avant de revenir en Europe afin d'y poursuivre des études en gastronomie en France. Cette expérience lui a donné l'envie de partager un produit emblématique de la culture argentine, en l'adaptant aux usages et aux attentes françaises.

En travaillant étroitement avec un centre de production basé en Espagne, **capable de produire plus de 25 000 empanadas par jour**, l'empanada n'est pas pensée comme un produit exotique, mais comme un **concept de Fast Casual** ayant vocation à s'inscrire naturellement dans les mœurs françaises, à l'image de la pizza ou des tacos. Le succès rencontré par la boutique pilote ouverte en 2024 à République confirme cette intuition : les clients sont curieux, ils goûtent, ils adoptent... et ils reviennent.

## Un modèle de franchise pensé pour être répliquable

À l'occasion du Salon de la Franchise 2026, Tío Bigotes France présente son concept de **Fast Casual**, structuré autour d'un principe central : **la fluidité opérationnelle**, associée à un produit parfaitement adapté aux mœurs contemporaines.

Chaque franchise bénéficie d'un produit identifiable, de procédures claires et d'une exploitation fluide. La standardisation du produit garantit une expérience homogène dans l'ensemble du réseau, permettant aux franchisés de se concentrer sur le développement et la performance de leur activité.

## Un business model optimisé et scalable

Le modèle repose sur une **architecture légère**, qui facilite la gestion des coûts et des stocks, simplifie la logistique et permet une formation rapide des équipes. Cette approche assure une qualité constante et s'adapte à différents formats : **boutique, corner, store-in-store ou food-court**.

## La clarté comme choix stratégique et différenciant

La **simplicité** est un choix stratégique assumé chez Tío Bigotes. Elle profite à la fois aux clients, qui saisissent immédiatement l'offre, et aux franchisés, qui exploitent un concept clair, stable et maîtrisable. Cette approche devient ainsi un levier de performance opérationnelle et un facteur de différenciation durable.

## Le Salon de la Franchise 2026 : une étape structurante

La participation de Tío Bigotes France au Salon de la Franchise 2026 s'inscrit dans une démarche stratégique de structuration du réseau.

L'objectif n'est pas la multiplication rapide des points de vente, mais la recherche de **partenaires franchisés alignés avec la vision du projet : simplicité, exigence, proximité et rigueur opérationnelle**.

Tío Bigotes France se positionne ainsi comme une franchise lisible, humaine et sérieuse, à contre-courant des promesses surdimensionnées.