

Foodtech : un ancien dirigeant de Vestiaire Collective nommé à la tête de Taster

EXCLU - Anton Soulier, le fondateur de Taster, lâche les rênes de la société. C'est Bertrand Peyrat, précédemment directeur commercial de Vestiaire Collective, qui lui succède.

Temps de lecture : minute

20 mars 2024

Nouveau visage aux commandes de Taster. En effet, Anton Soulier, le fondateur et patron historique de cette foodtech, a décidé de passer la main à Bertrand Peyrat, qui devient donc le nouveau directeur général de l'entreprise, annonce l'entreprise à *Maddyness*.

Néanmoins, cette évolution de l'organigramme de Taster ne signifie pas qu'Anton Soulier va quitter la société. Ainsi, il va rester président de la startup, avec un rôle de conseiller stratégique auprès de Bertrand Peyrat. Il continuera également d'apporter son expertise dans le développement des relations avec les créateurs de contenus pour déployer de nouvelles marques de livraison de repas.

Continuer à marcher sur les plates-bandes de McDonald's et Burger King

Pour Bertrand Peyrat, c'est un nouveau défi qui l'attend dans la tech après avoir occupé plusieurs postes clés chez Vestiaire Collective, licorne tricolore spécialisée dans la mode de seconde main. Entre 2019 et 2023, il a ainsi été à la tête de la branche européenne de l'entreprise française, avant de devenir notamment directeur commercial. Depuis mai

dernier, il était en charge du développement international de Vestiaire Collective. Avant de rejoindre cet acteur phare de la French Tech, il a également évolué chez Lazada, propriété d'Alibaba, en tant que directeur des opérations en Thaïlande puis directeur commercial dans le même pays. Le dirigeant français a également évolué au sein d'Amazon entre 2012 et 2015.

Pour Taster, ce changement dans la gouvernance après une année 2023 durant laquelle la société assure avoir généré un volume d'affaires de 100 millions d'euros et atteint la rentabilité. Depuis son lancement en 2017, la startup se plaît à venir contester la domination de McDonald's, Burger King et KFC sur les plateformes de livraison de repas. *«Tous les signaux sont au vert pour continuer à challenger nos amis et concurrents de McDo ou Burger King ; et je suis très heureux que ce soit Bertrand Peyrat qui pilote cette nouvelle phase. Il va nous apporter son expérience de leader de scaleup, ce dont Taster a besoin pour la seconde phase de son histoire»*, se réjouit Anton Soulier.

3 nouvelles marques lancées en 2024

Après avoir fait ses armes avec ses «dark kitchen», l'entreprise a fait évoluer son approche en 2021, en basculant vers un modèle de franchise pour s'appuyer sur les restaurateurs indépendants afin de se déployer à grande échelle en limitant les coûts. En effet, ces derniers sont chargés de produire les plats d'une ou plusieurs marques de Taster, qui sont ensuite livrés ou proposés en click and collect aux clients qui commanderont via l'application de Taster ou les plateformes de livraison de repas.

Dans le cadre de ce virage, la startup tricolore a bouclé un tour de table de 37 millions de dollars en avril 2021. Elle rêvait alors d'être présente dans 1 000 villes européennes d'ici 2025. Cependant, elle compte pour l'instant un réseau de 150 franchisés dans 90 villes dans cinq pays

(France, Royaume-Uni, Espagne, Belgique et Pays-Bas).

C'est maintenant à Bertrand Peyrat d'enclencher une nouvelle dynamique de très forte croissance en s'appuyant sur des marques populaires comme PepeChicken avec FastGoodCuisine ou encore Kiss My Burger avec La Vie. A l'heure actuelle, Taster compte sept marques et prévoit d'en lancer trois de plus durant l'année 2024.



À lire aussi

Comment Taster veut détrôner McDonald's et Burger King sur le marché de la livraison de repas



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Maxence Fabrion