

Vite!

TACO

Beatriz Gonzalez lance Taco Mesa

Beatriz Gonzalez (Neva Cuisine, Coretta) lance sa taqueria gastronomique, Taco Mesa, sur Uber Eats. L'idée d'un restaurant mexicain lui trottait dans la tête depuis un petit moment. Le contexte actuel l'a encouragée. La chef, qui a grandi au Mexique, a enfin réalisé son rêve et peut ainsi faire découvrir sa cuisine natale, le mythique taco. Elle présente dans son établissement des tacos colorés, à base de tortilla de maïs, des farces mijotées et des salsas (sauce), plus ou moins épicées. 4 recettes sont proposées en livraison uniquement sur Uber Eats. Cf. www.zepros.fr.



VEGGIE

Aloha Green Burgers signe avec Nestlé

Aloha Green Burgers est une nouvelle marque virtuelle disponible en Ile-de-France, à Nice, Lyon et Bourgogne-Valence. Les burgers sont veggie et gourmands. Elle vient de s'associer avec Nestlé Professionnel et sa marque végétale Garden Gourmet, et particulièrement le Sensational Burger, avec lequel elle crée trois recettes exclusives. « Avec le Sensational Burger de Garden Gourmet, nous avons trouvé le produit parfait pour régaler les végétariens », déclarent Jean-Christophe Cons et Christophe San Miguel, fondateurs d'Aloha Green Burgers. Recette sur www.zepros.fr.

CROISSANCE

Et de 3 pour Éditions de Deliveroo

Deliveroo a annoncé l'ouverture d'une nouvelle cuisine Éditions à Aubervilliers (93). D'une surface d'environ 500 m², elle peut accueillir jusqu'à 8 marques. 5 sont déjà référencées : Tripletta, Pierre-Sang, K-Town, Bao Family et PNY. La zone de livraison couvre un rayon de 4 km : les XVIII^e, XIX^e et XX^e arrondissements. Deliveroo entend étendre son modèle de dark kitchen à toute la France, notamment à Lyon et Bordeaux.

RENCONTRE

Not So Dark, analyse d'un succès éclair

Créé en 2020 par Alexandre Haggai et Clément Benoit (fondateur de Stuart), Not So Dark vient de lever 20 M€ auprès de Kharis Capital et est devenu en même temps le leader du secteur. « Notre objectif est d'ouvrir 30 cuisines et d'atteindre un CA d'environ 50 M€. Notre croissance a été encore plus exponentielle que nos prévisions : 30 % par mois, et ce, même cet été », déclare Alexandre Haggai.

Au menu, chef maison et...

Si le modèle de Not So Dark est celui de la dark kitchen : pas de

salles de restaurant et création de marques virtuelles, les deux entrepreneurs ne laissent aucune place au hasard. « Notre processus de marque est précis : agence de marketing, études de tendances, chefs maison, testing auprès d'un groupe source, puis rédaction d'un livret de formation, qui servira à toutes les cuisines. Chaque geste est étudié. Le produit fini est notre priorité », poursuit Alexandre Haggai.

...technologie de pointe !

Mais ce n'est pas tout. Not So Dark s'appuie sur un système maison de logiciel intelligent de



Not So Dark prévoit d'ouvrir des cuisines en Europe et de recruter 100 personnes.

learning, mis au point par Clément Benoit. « Notre technologie nous permet d'analyser précisément les ventes et surtout de faire des prévisions selon les jours de la semaine, la météo, etc. Résultat, nous anticipons la demande et nous l'adaptions. La technologie est indispensable pour minimiser les pertes », explique Alexandre Haggai.

Créer une expérience

Enfin, il est indispensable de fidéliser et de surprendre le

client. « C'est important de faire vivre la marque virtuelle, créer une expérience », ajoute Clément Benoit. « Utiliser les réseaux sociaux pour établir un lien avec le client, organiser des jeux-concours, des interactions, travailler le packaging, avoir une attention particulière », poursuit le cofondateur.

L'entreprise entend aussi tisser des partenariats avec des chefs reconnus et médiatiques, comme Juan Arbelaez ou Denny Imbroisi. ●

MODÈLE HYBRIDE

Eleni lance Street Lab avec Juan Arbelaez



Poulet frit, burger et poké, tous les « basiques » de la street-food sont au rendez-vous.

Le groupe Eleni a créé Street Lab en février, une dark kitchen au cœur de Paris, dans le XI^e arrondissement. Un modèle hybride, car ouvert sur la rue et à la vente à emporter.

Aux manettes de ce labo contemporain, Juan Arbelaez, cofondateur d'Eleni Group. « La street-food est pour moi l'élément-clé d'un pays pour découvrir sa culture et son peuple et ses habitudes. C'est une connexion très puissante, qui fait tomber la barrière de la langue, les différences sociales et culturelles », explique le chef. Au menu : quatre restaurants virtuels, quatre cuisines distinctes : Yaya to Go, Gran Burger, Pola Fish

Bar et Little Cocotte. Soit les inconditionnels de la street-food d'aujourd'hui : du poulet frit, du poké, du burger et les pitas grecques.

Et qui dit recettes de chef dit ingrédients sourcés : les producteurs sont des fournisseurs habituels des belles tables. La viande et les charcuteries proviennent de la Maison Montalet, le pain de chez Thierry Breton, les volailles des Landes et les légumes du circuit court. Si l'objectif est de livrer dans Paris par l'intermédiaire des plateformes, les clients sont aussi les bienvenus. ●

64, rue de Charonne, 75011 Paris
www.mystreetlab.com

DARK DE CHEF

Kūto, la dark kitchen gastronomique

Derrière Kūto, la nouvelle dark kitchen qui propose 3 restaurants uniquement disponibles en livraison, il y a le chef David Coulomb (Yannick Alléno, Pavillon Ledoyen, Cheval Blanc Courchevel...) et l'investisseur Michael Sanhes. Tous deux viennent de sauter le pas et ont investi des locaux de 500 m² dans le XVIII^e arrondissement de Paris. À la carte, 3 nouvelles marques : Toster, des burgers

avec la viande de chez Metzger, Honi Poki, des bowls dans la plus pure tradition d'Hawaï, et Hikyo, des sushis, élaborés par un chef japonais et assaisonnés à « la pointe », bouchée par bouchée. Dernière particularité, ici le chef est résidant et tout est produit maison, à l'exception du ketchup et du wasabi. L'ensemble est disponible en click & collect et en livraison tous les jours sur les plateformes. ●



Des recettes créées par un chef exigeant et adaptées à la livraison.