

METIERS

SNACK zeproS

resto.zepros.fr

UN GOÛT IRRÉSISTIBLEMENT FRUITÉ
ET NATURELLEMENT RAFRAÎCHISSANT

Vittel



DÉCOUVREZ
NOS FORMATS
50cl et 33cl

NOUVEAU
AVEC
100%
d'INGRÉDIENTS d'ORIGINE
NATURELLE
FAIBLE EN SUCRES

DÉVELOPPEMENT

Cala, l'âge de raison

Cala, le restaurant de pâtes et de salades 2.0, vient d'inaugurer un établissement à La Madeleine, doté de 16 places assises. L'occasion pour la jeune enseigne de dévoiler une nouvelle identité de marque avec une charte graphique inédite et le slogan «Sunny Food, Golden Mood». À la place des couleurs très flashy pouvant rappeler les codes de la fast-food, Cala a choisi d'opter pour des tons plus chaleureux comme le beige, le

jaune, le corail et le marron. Opérée par Social Club et finalisée par Confédération Studio, cette nouvelle identité visuelle permet à la marque d'élargir sa clientèle, ne visant plus seulement les jeunes et les étudiants, mais également les 25-45 ans. Elle est déjà effective sur le restaurant historique de Jussieu. Les autres établissements seront refaits d'ici à cet été.

L'objectif de Cala est aussi d'assumer un positionnement plus clair concernant son offre en

mettant en avant la qualité des produits, la sélection des ingrédients riches en goût et les recettes exclusives, créées par la chef Morgane Rivet.

L'ensemble des plats est proposé en version carnée ou végétarienne, sauf deux recettes au magret de canard. Ils sont préparés à la demande par un robot. Le principe est d'automatiser un maximum de tâches répétitives en cuisine en réduisant drastiquement les coûts et donc per-



De g. à d. : Ylan Richard, Julien Drago et Nicolas Barboni, les fondateurs.

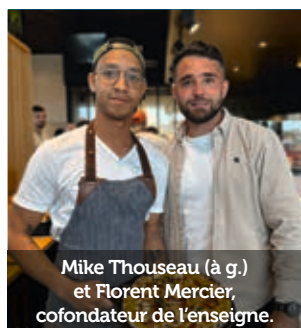
mettre aux employés de se concentrer sur le service des clients. En s'adressant aux jeunes actifs, les cofondateurs de l'entreprise, Ylan Richard, Julien Drago et Nicolas Barboni, espèrent ainsi relancer sa croissance et en générant

des paniers moyens plus élevés. Actuellement, Cala dispose de 4 établissements : Jussieu, Luxembourg, Nation et Madeleine. Trois ouvertures prochaines sont programmées ainsi que le développement en franchise. ●

CONCOURS INTERNE

Mike Thouseau, meilleur pizzaiolo Pizza Cosy

Mike Thouseau, franchisé de Pizza Cosy à Nîmes, a remporté le titre de meilleur pizzaiolo lors du concours organisé par Pizza Cosy, pour la deuxième année consécutive. La pizza de Mike Thouseau, intitulée La Folie Douce, est une création à base de crème de patates douces et de chorizo au piment d'Espelette AOP. «J'ai puisé mon inspiration dans mes origines guyanaises», déclare l'heureux élu. En plus de son titre, il remporte 2000 €, un tablier brodé «Meilleur Pizzaiolo Pizza Cosy 2024», un trophée, et une activité de team-building pour son équipe.



Sa pizza sera proposée sur les cartes de tous les restaurants Pizza Cosy pendant trois mois cet automne. Jérémy Beraud, du Pizza Cosy de Sorbiers, et Claudia Trigot, de Salon-de-Provence, ont respectivement pris la deuxième et la troisième place. ●

FOOD-TRUCK

La Fouée, succès pour la pizza galette

Crée à la fin de l'année 2020 par Christophe Babak et Fabienne Wilhem, La Fouée est à la fois un food-truck et une activité de traiteur. Le couple a imaginé ce concept à son retour en France après sept années passées au Cambodge. La Fouée, c'est une boule de pâte à pain cuite au four à pizza et aplatie avant d'être garnie et servie à la manière d'une galette qu'ils vendent à bord d'un food-truck. En 2021, ils sont alors rejoints dans leur aventure par Alexandre Pichot, formateur à la franchise. Installé dans la région nantaise, le food-truck a un succès fou et les demandes de

prestation (festival, entreprise, particulier...) se multiplient. À tel point (1000 demandes entrantes, un carnet de rendez-vous plein jusqu'à la fin 2025) qu'ils décident de franchiser leur activité.

Pour cela, il a fallu imaginer une nouvelle remorque, fruit de deux ans de R&D, en version grande et petite. Et rationaliser le process : les garnitures sont prêtes à l'emploi, préparées par une conserverie locale, et mises sous vide. Elles ont une DLC de trois ans pour éviter les déchets. Quant aux pâtons, ils sont aussi prêts à l'emploi. À deux (un «cuisinier» et une



Fabienne Wilhem et Christophe Babak devant leur food-truck.

autre personne qui prend la commande), 4 fouées sont ainsi préparées à la minute. «En deux heures, on peut produire 300 fouées sans faire attendre le client», explique Alexandre Pichot. Carnet de commandes rempli et un chiffre d'affaires passé de 56 k€ la première année d'exploitation à 250 k€ en 2023, les 3 entrepreneurs ont des raisons d'avoir le sourire. ●

CONCEPT

Fellows, le nouveau spot parisien dédié aux pâtes fraîches

Forts de leur succès, les fondateurs de Maslow remettent le couvert avec Fellows. Julia Chican Vernin, Marine Ricklin et Mehdi Favri ont investi 50 000 € pour dupliquer leur concept rue du Faubourg-Saint-Denis avec Fellows, un établissement de 150 m² (60 places assises), entièrement dédié aux pâtes.

À la carte 100 % végétarienne, 5 entrées, 9 recettes de pâtes et 4 desserts qui évoluent au

fil des saisons. Les pâtes sont fabriquées sur place par le chef Mehdi Favri et les ingrédients sont les plus locaux possibles. La volonté d'avoir une empreinte environnementale réduite est ancrée dans l'ADN du groupe. «On ne le revendique pas, mais on le fait au quotidien» explique la dirigeante, «et le fait de proposer des menus végétariens limite déjà drastiquement le bilan carbone». Parmi les autres actions, l'usage du plastique revu



De g. à d. : Marine Richlin, Mehdi Favri et Julia Chican Vernin, les fondateurs.

à la baisse, la pratique du compostage, les économies d'énergie, ou l'utilisation de produits de lavage certifiés Ecocert.



Mehdi Favri prépare sur place les pâtes fraîches.

Les dirigeants visent, la première année, un chiffre d'affaires de 1,3 M€ et un ticket moyen aux alentours de 20 €. Ils sou-

haitent séduire les 20-45 ans en quête de nouveauté et prévoient l'ouverture d'un troisième établissement courant 2025. ●