



Communiqué de presse
2 novembre 2022

Not So Dark propose une offre complémentaire aux restaurateurs et continue son déploiement en France.

L'aventure Not So Dark commence en 2020 sous l'impulsion de Clément Benoît (fondateur de Resto-In et Stuart) et Alexandre Haggai. Tous les deux prennent le pari de se tourner vers les dark kitchen, en créant des marques à l'identité forte et au concept bien défini, uniquement disponibles sur les plateformes de livraison Deliveroo et UberEats, Just Eat et Eatic. Après deux ans, Not So Dark vient de réaliser une levée de fonds de 80 millions de dollars en série B pour financer son déploiement européen.

Not So Dark, l'allié des restaurateurs

Le concept est simple : proposer à ceux disposant déjà d'une cuisine de transformer leurs quelques mètres carré inutilisés en une nouvelle source de revenus complémentaires à leur activité en opérant les marques Not So Dark - Vegedal, Como Kitchen, Coquillettes, JFK Burgers, Fat Panda, Gaïa Pita, Walida, 6 A.M ou encore Orgasmeat - pour la vente en livraison uniquement.

Aujourd'hui, l'entreprise se place au plus près des restaurateurs dans le but de créer avec eux un partenariat sur le long terme, pouvant être mis en place en seulement 15 jours. Période durant laquelle Not So Dark ré-imaginer la configuration des cuisines avec des professionnels en installant le matériel de la marque le plus adaptée à leur établissement, assure les meilleurs standards d'hygiène et forme les chefs sur la conception des plats. Toujours dans un souci de simplicité et d'efficacité, Not So Dark développe et connecte aussi des outils digitaux pour les interactions et la coordination des restaurateurs avec les plateformes de livraison. En parallèle, et pour proposer une offre complète, Not So Dark s'occupe de promouvoir ses marques et les lancements des nouveaux partenaires franchisés sur l'ensemble de ses canaux de communication pour créer le buzz à l'échelle locale et nationale.

Huit mois seulement après avoir basculé sur ce nouveau modèle de franchise, le succès est au rendez-vous : les marques de Not So Dark sont distribuées dans plus de 60 villes en France et en Belgique, générant plusieurs millions de revenus par mois et affichant un chiffre d'affaires additionnel de 10 000 à 30 000 euros par mois pour les restaurateurs qui rejoignent l'aventure, comme Cédric Fernandez, fondateur du Groupe L'Artisan du Burger : "Dès la première semaine, nous avons doublé notre chiffre d'affaires grâce à Not So Dark".

Not So Dark intensifie ses implantations en France et en Belgique.

Après avoir conquis les grandes métropoles françaises comme Paris, Bordeaux, Toulouse, ou encore Marseille, Not So Dark accélère la cadence en ouvrant de nouvelles villes : Rouen, Dijon, Annecy, La Rochelle et Troyes.

Une marque de confiance et d'engagement de la part des partenaires, une envie de voir plus grand pour la start-up.

La croissance de Not So Dark évolue également à travers la création de nouvelles marques tendances et gourmandes avec le lancement récent de *Orgasmeat*, des smash-burger qui font plaisir et *6 A M*, pour les amoureux du poulet frit !

À propos de Not So Dark

Fondée début 2020 par Clément Benoit et Alexandre Haggai, Not So Dark est le leader européen des franchises virtuelles de livraison de repas. L'entreprise crée des marques gourmandes et faciles à opérer, de qualité et dotée de concepts originaux, conçus exclusivement pour être délivrés par les plateformes de livraison. Son modèle de franchise virtuelle permet aux restaurateurs de gérer des ventes additionnelles à partir des cuisines de leurs restaurants, et en complément de leur activité principale. Not So Dark compte actuellement 90 employés spécialisés dans la technologie, l'alimentaire et le marketing et connaît une croissance exponentielle.

www.otsodark.com