



Cala, les restaurants de pâtes et de salades 2.0 dévoilent une nouvelle identité visuelle.

Paris, le 21 mai 2024 - Avec l'annonce de ce rebranding, les fondateurs de Cala assument un virage dans le positionnement de leurs restaurants à Paris. Un tournant, pensé et étudié en faveur de l'offre et du produit.



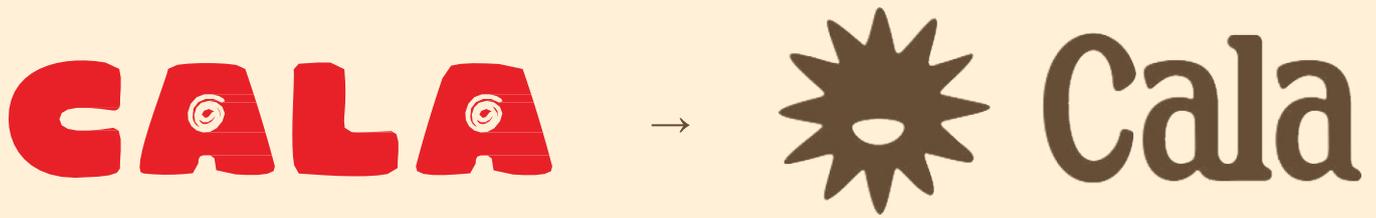
Une nouvelle identité visuelle qui donne un nouveau souffle

Alors que Cala fête ses 7 ans dans la capitale, les trois fondateurs, Ylan, Julien et Nicolas, décident d'opérer un grand changement pour l'image de l'entreprise qui s'explique par plusieurs piliers :

- La volonté d'assumer un positionnement plus clair concernant l'offre produit chez Cala. Nouvelle identité de marque, nouvelle charte graphique et nouveau slogan *Sunny Food, Golden Mood* qui ancre Cala dans un univers ensoleillé, méditerranéen et sain.

- Mettre l'accent sur la qualité des produits, la sélection d'ingrédients riches en goût et les recettes exclusives : des fondamentaux qui étaient susceptibles d'être oubliés avec le précédent ADN qui mettait l'accent sur la générosité.

• La nouvelle marque opte pour des tons plus chaleureux : exit les couleurs très flashy qui peuvent s'apparenter aux codes des *Fast Food* pour replacer les plats au cœur de l'image de Cala.



VISUEL ANCIEN LOGO → NOUVEAU LOGO

Des tons beiges et naturels, ponctués de jaune, corail et marron caractérisent le nouveau branding de Cala. Une identité qui permet aux équipes de la marque d'élargir leur cible de clients, visant maintenant les 25-45 ans à contrario de la cible originelle plus jeune et étudiante, que les fondateurs ne souhaitent pas perdre pour autant.

D'un point de vue business, les cofondateurs espèrent amorcer une nouvelle croissance avec ce repositionnement pour envisager sereinement l'ouverture de nouvelles adresses au sein de quartiers prisés par les jeunes actifs, avec un panier moyen mécaniquement plus élevé. A terme, l'équipe Cala souhaite également développer la franchise de leur restaurant pour multiplier les adresses en France et non pas qu'à Paris.



RESTAURANT ACTUEL NATION



MAQUETTE DU PROCHAIN RESTAURANT CALA

« Avec cette refonte de marque vers une ambiance plus méditerranéenne et notre slogan *Sunny Food, Golden Mood*, nous recentrons notre communication sur la raison première de Cala : prendre soin de nos clients. »

YLAN RICHARD - COFONDATEUR DE CALA

Cala, l'histoire de 3 aficionados de food et de robotique.

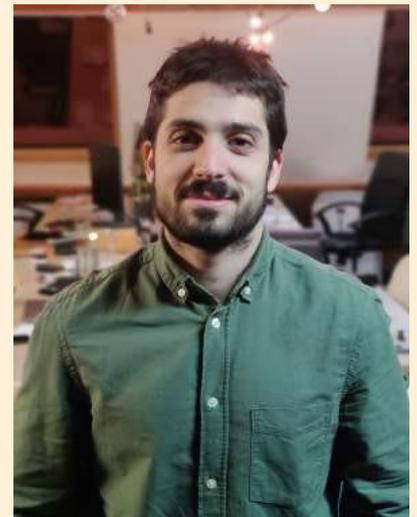
Passionné de technologie, d'entrepreneuriat et de bien manger, Ylan Richard lance Cala en 2017, aux côtés de Julien Drago et Nicolas Barboni. A l'heure où les changements de consommation des français s'opèrent et les bons produits s'installent durablement, les trois associés développent eux-même des technologies d'automatisation pour leurs restaurants avec pour objectif d'améliorer l'accessibilité à une nourriture de qualité. Le but est très simple : automatiser un maximum de tâches répétitives en cuisine, ce qui permet de réduire drastiquement les coûts et de proposer des plats avec un excellent rapport qualité-prix et plaisir.



YLAN RICHARD



JULIEN DRAGO



NICOLAS BARBONI

Pour accompagner l'ouverture de leur première adresse à Jussieu à Paris, les trois amis font une première levée de fonds en 2019, d'1 million d'euros et 500K€ de dette. Le succès du premier restaurant à Paris est tel, que l'on observe une croissance à deux chiffres et d'excellents taux de satisfaction des clients. Une performance qui permet aux trois fondateurs de participer à un deuxième tour de financement de 3,5 millions d'euros et 2 millions de dette en 2021, qui fera l'objet de l'ouverture de deux nouveaux restaurants dans les quartiers de Nation et Luxembourg.



MORGANE RIVET

Dans le milieu de la restauration, la start-up française étonne et intrigue : pas de cuisinier en cuisine, mais des robots qui préparent des plats de pâtes et des salades sains et variés, qui satisfont tous les régimes alimentaires : carnivores, végétariens et vegans grâce à des partenariats pérennes avec *La Vie* par exemple.

Cependant, les robots ne riment pas avec restauration rapide et carte standardisée, bien au contraire : chaque recette est imaginée par Morgane Rivet, cuisinière aux

multiples talents ayant exercé dans de grandes maisons. La Chef pense chaque plat au menu accompagné de sauces et vinaigrettes aux recettes uniques. L'élaboration d'un plat prend ainsi plusieurs mois entre sélection minutieuse des ingrédients et nombreuses dégustations pour trouver l'accord parfait qui ravira l'ensemble de l'équipe.

