

Les *dark kitchens* à travers le monde

27 mai 2024

Un article publié en février 2024 fait une revue de la littérature internationale, en anglais, sur les *dark kitchens*. Ces cuisines de restaurant sans espace de consommation ou de retrait sont liées au développement de repas livrés à domicile après commande sur internet (voir [un précédent billet](#)). Les articles identifiés précisent les origines du modèle, ses traits caractéristiques et les évolutions récentes. La revue de littérature souligne que la crise du Covid-19 a contribué à son essaimage dans le monde entier. Les *dark kitchens* privilégient les recettes simples (*fast-food*, desserts). Elles peuvent être indépendantes, franchisées, adossées à un restaurant classique (brick-and-mortar) ou localisées dans des habitations privées (cuisine familiale commercialisée *via* les réseaux sociaux). L'article esquisse une [analyse SWOT](#) (en français : forces, faiblesses, opportunités et menaces) (figure).

Analyse SWOT des *dark kitchens*

Internal

Strengths

- Improved product quality
- Develop an own brand
- Lower opening and maintenance costs
- Able to sell food at lower prices
- Reduced need for specialized labor
- Increased convenience (e.g. fast and cheap food)
- Increase reach by using delivery

Weaknesses

- Lower users leading to lower number of ratings and opinions
- Lower brand attachment
- Need for technical solutions (e.g., kitchen equipment)
- Need to explore social networks for marketing
- Need to pay third-party operators taxes
- Need of immediate decisions for business operations

Source :

Source : [International Journal of Gastronomy and Food Science](#)

External

Opportunities

- Increase in Internet access in the general population
- Consumers are willing to use apps for food delivery.
- Increase in food away from home

Threats

- Many consumers still do not know what is dark kitchen
- Lack of specific regulations
- Lack of specific knowledge (i.e., studies) about the model sustainability and management

Positive

Negative