

Proposition de refonte de l'identité pour Inalya



Inalya, le snack qui change du snack



Présentation du projet Inalya

le snack qui change du snack

1. Contexte

Inalya est une activité de traiteur portée par trois cuisinières aux parcours complémentaires. Actuellement, elle propose des repas faits maison, livrés principalement dans des entreprises à l'heure du déjeuner.

Malgré la qualité des plats et l'engagement personnel, le service ne décolle pas. Le bouche-à-oreille reste limité, et l'offre souffre d'un manque de lisibilité.

Le marché est concurrentiel : des alternatives moins chères existent, mais elles sont souvent moins qualitatives.

L'objectif est de clarifier le positionnement, repenser la communication et proposer une offre plus marquée et différenciante, qui corresponde à la vraie identité des cuisinières, et aux attentes actuelles.

2. Positionnement proposé

L'idée est de transformer Inalya en un snack maghrébo-africain moderne, avec une identité forte et chaleureuse. Une cuisine métissée, faite maison, pensée pour les pauses déjeuner, les petites faims ou les moments de partage.

Inalya, c'est la rencontre de deux cultures culinaires :

- Le Maghreb (cuisine d'Algérie : bricks, merguez, semoule...)
- L'Afrique de l'Ouest (recettes du Sénégal : yassa, pastels, thiakry...)

Ce n'est ni un restaurant traditionnel, ni une simple sandwicherie. **C'est une alternative au snack classique** : des recettes originales, nourrissantes, pratiques à manger, servies avec simplicité et sourire.

Slogan :

Le snack qui change du snack

Ce positionnement permet de se différencier sur :

- Le goût : recettes peu courantes dans l'offre de restauration rapide
- L'identité : un univers affirmé et chaleureux
- La souplesse : des produits à emporter, à livrer ou à partager
- Le ton : direct, humain, simple

3. L'offre proposée

Le menu s'articule autour d'une gamme courte mais bien pensée, en lien avec les saveurs d'Afrique du Nord et d'Afrique de l'Ouest.

L'objectif : combiner authenticité, praticité et originalité.

Exemples de recettes :

Salé :

- Bricks viande hachée ou légumes
- Pastels au poisson ou au poulet
- Panini kefta, burger attiéké-poulet, wrap merguez-légumes
- Boulettes de mil ou de pois chiches
- Salades de lentilles, semoule, patate douce ou maïs grillé

Sucré :

- Thiakry (semoule de mil au lait)
- Flan coco maison
- Makrout, cornes de gazelle
- Gâteau de semoule ou dattes

Boissons maison :

- Jus de bissap, gingembre frais, citron-menthe
- Eau infusée, option boisson lactée (type lassi ou lait sucré aromatisé)

Formules possibles :

- Snack seul
- Formule déjeuner : snack + salade ou douceur + boisson
- Plateaux découverte à partager (équipe, famille, événements)

Gamme de prix : accessible à midi, avec une offre «plaisir» possible pour les extras ou commandes spéciales.

4. Identité visuelle

Un travail sur le logo, point clé de l'identité visuelle a été effectué. Il reste à la valider.

Éléments clés :

Nom conservé : Inalya

Nouvelle signature : « Le snack qui change du snack »

- **Design** : forme ronde avec motifs évoquant la broderie, les perles ou les plats en terre
- **Couleur** : terre cuite, chaleureuse et simple
- Typographie moderne et lisible, avec une touche de singularité

Le logo est décliné pour les différents usages : version complète, version web, version miniature.
Il est utilisable pour les réseaux sociaux, le packaging (étiquettes, stickers), les cartes, les supports numériques.

Cette identité permet de créer un univers visuel clair, différenciant, rassurant et chaleureux.

Le logo Inalya



La déclinaison du logo

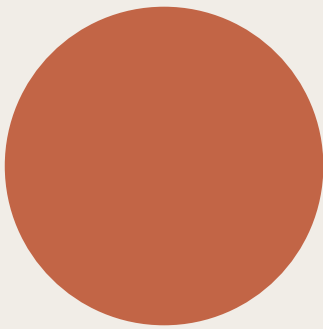
Logo Inalya - Le snack qui change du snack

Version générique

Version abrégée (web)



Palette couleurs



Terre cuite :
#C4623F
(accent, titres ou fonds)



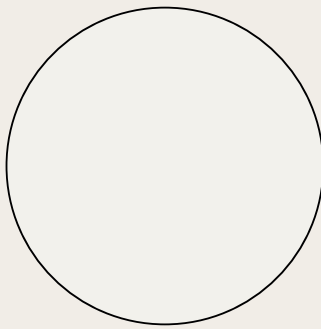
Jaune doré :
#F6C443
(surlignage, encarts “formule”)



Vert menthe doux :
#C4D6A4
(liens, déco)



Bleu nuit :
#2D2F32
(texte principal)



Fond crème clair :
#F7F4F1

Une proposition de menu



Des recettes du bled (et pas bledardes),
repensées pour vos pauses du midi.
Chez nous, tout est fait maison.



snacks salés

Panini Maghreb

- Kefta menthe
- Harissa fromage
- Légumes grillés cumin

Panini Lébou

- Poulet yassa
- Mafé veggie
- Thon & oignons caramélisés

Burger Inalya

- Bœuf Chtitha, oignons confits, sauce maison
- Poulet épicé façon yassa (Veggie en option)

Bowl Afro

- Base riz blanc ou semoule + topping au choix (kefta / merguez / poulet)



salades "signature"

Salade Inna

- Couscous perlé, légumes rôtis & falafel

Salade Laly

- Attiéké frais, crudités, poisson grillé

Salade Maï

- Riz wollof tiède, oignons frits, topping au choix

Salade Fah

- Tomates fraîches, concombre, oignons, menthe, jus de citron, épices

Salade Sam

- Mil, pois chiches, concombre, tomate, menthe, épices



formules déjeuner

Formule Snack - 10,00 €

- Panini ou burger + boisson maison

Formule Bowl - 12,00 €

- Bowl chaud ou salade signature + boisson

Formule complète - 14,00 €

- Snack au choix + boisson maison + dessert



Option végétarienne disponible pour toutes les formules

• PARIS - ALGER - DAKAR •

le snack qui change du snack



douceurs maison

Thiakry

•Semoule de mil sucrée au lait, fleur d'oranger & vanille

Boule coco & datte

Msemen roulé

•Crêpe épaisse, miel, amande, fleur d'oranger

Moelleux à la patate douce



snacks à partager

Pastels x3

•Thon, boeuf ou légumes

Mini bricks x3

•Oeuf / Patate ou viande

Boulettes kefta x 4

Aloko

•Bananes plantain grillées

Pain maison + sauce piquante



boisson maison

Bissap

Jus de gingembre

Thé vert à la menthe glacé

Eau infusée citron & cardamome

Commandes par WhatsApp

Livraison entre 11h30 et 14h

Commande possible la veille ou jusqu'à 10h30

Zones desservies : Pierrefitte-sur-Seine, Stains, Montmagny, Villetaneuse, Deuil la barre, Groslay, Saint Denis, ...



5.Communication

Actuellement, la communication repose uniquement sur WhatsApp, ce qui limite la visibilité et la fidélisation

Ce qui est proposé :

- Création d'une page vitrine (WordPress.com ou équivalent), présentant l'offre, le menu, les cuisinières, les infos de commande
- Lancement d'un compte Instagram (ou Facebook) pour poster les plats, les coulisses, les actus
- Ton direct, humain et sans prétention

Mises en avant possibles : recettes en photo, vidéos courtes, témoignages, menus du jour

Supports envisagés :

- Flyers à distribuer localement
- Stickers sur les emballages ou sacs
- Affichage dans les lieux partenaires (PME, cafés, tiers-lieux)

Objectif à court terme : créer un lien avec les clients, générer des retours et fidéliser.



6.Prochaines étapes

- Valider l'offre de base et ses recettes clés
- Finaliser les déclinaisons du logo
- Créer une page web simple (via WordPress.com par exemple)
- Lancer la communication réseaux avec les premiers visuels
- Préparer une offre découverte ou une opération test (lancement en entreprise, précommande, livraison)