

# foodi clopédia

CAHIER DE TENDANCES  
F&B&E 2024/2025

## les **100** concepts qui illustrent le F&B&E de demain

B&F · F&B · LUXE · HÔTELLERIE · RETAIL  
TRAVEL · REAL ESTATE · WORKPLACE  
HYPERLIEUX · SPORT & LEISURE



DEPUR EXPÉRIENCES



#### Kezako DEPUR?

Ce sont les initiales de Drôle d'Endroit Pour Une Rencontre

131 Boulevard de Sébastopol 75002 Paris

**Directeur de la publication - DEPUR Expériences**

**Fondateur & CEO - Dan Cebula**

**Directrice Foodiclopédia - Lisa Thevenon**

**Rédacteurs - Alice Merran, Alice Polack, Claire Mansillon**

**& Sibylle Delanoue**

Mise en page - Margaux de Fougerolles

Imprimé en France

#### Contact

contact@depurexperiences.com

#### Réseaux

LinkedIn: @depurexperiences

Instagram: @depurexperiences

Facebook: @depurexperiences

© 2024 DEPUR Expériences

No part of this publication may be reproduced, distributed or transmitted in any form or by any means, including photocopying or other electronic or mechanical methods, without prior written permission.

[depurexperiences.com](https://depurexperiences.com)

[foodiclopedia@depurexperiences.com](mailto:foodiclopedia@depurexperiences.com)



# sommaire

07 Édito

08 Les 10 tendances F&B&E 2024-2025

12 Le grand benchmark

Ces 100 concepts qui illustrent la tendance de demain

14 B&F

32 F&B

52 F&B & Luxe

70 F&B & Hôtellerie

90 F&B & Retail

104 F&B & Travel

116 F&B & Real Estate

128 F&B & Workplace

142 F&B & Hyperlieux

156 F&B & Sport & Leisure

172 Conclusion

# édito

---

Chers lecteurs, passionnés du monde du Food & Beverage, bienvenue dans le cahier de tendances 2024-2025 de DEPUR Expériences et du Club Foodiclopédia!

Dans un passé proche, la table était le symbole du partage et de la convivialité.

Aujourd'hui, elle devient l'élément central qui anime et donne cohérence à l'architecture de la ville de demain. Le F&B n'est plus simplement un secteur d'activité, il se transforme en un «connecteur» transversal, influençant tous les domaines.

Le F&B acquiert un rôle sociétal et culturel majeur, créant de la valeur et de l'attractivité, métamorphosant potentiellement tous les espaces en lieux de vie incontournables. Nous assistons à un tournant historique où le F&B devient une opportunité business incontournable, s'étendant désormais dans des lieux variés tels que gares, aéroports, stades, hôtels, resorts, loisirs, workplaces, outdoor, cinémas, retail, luxe... partout où la vie se déploie.

La nourriture devient une véritable influence, connectant les lieux, les cultures, les transports et les expériences. Bienvenue dans l'ère de la socialisation, de l'expérience et de l'EATERTAINMENT®.

**PARCE QU'ON A LE SENTIMENT D'AVOIR TOUT VU, TOUT FAIT.**

---

On voyage mieux, moins cher, tout est monté en gamme, tout est plus «lifestyle», plus hybride, on mange mieux, partout et parce que le consommateur est plus aguerrri, on se demande bien quel est le prochain marché, le prochain concept...

Notre ambition: être les spécialistes de «la clarté dans cette confusion».

Foodiclopédia, c'est l'encyclopédie de la food, le média de la food, la fusion des deux.

Notre mission est de stimuler l'innovation en s'inspirant de nouvelles pratiques. Grâce à notre connaissance approfondie du marché et de ses acteurs, nous avons la capacité d'anticiper les tendances de demain. Nous souhaitons ainsi vous livrer le meilleur de notre vision dans le grand cahier que vous tenez entre les mains.

Bonne lecture et bonne dégustation!

# Le grand benchmark

CES 100 CONCEPTS QUI ILLUSTRONT LA TENDANCE DE DEMAIN

**COMMENT LIRE CE CAHIER?** Dans ce cahier de tendances, nous explorons comment le F&B&E s'infuse dans tous les secteurs d'activité, créant des synergies, des innovations et des expériences inédites. Nous vous invitons à plonger dans les nouveaux usages, les attentes émergentes et les opportunités liées au F&B&E à travers des exemples concrets, des analyses, des interviews et des recommandations.

Ce recueil est structuré autour de 100 concepts représentant pour nous le F&B de demain. Des lieux classés autour de 10 secteurs qui ont su intégrer le F&B au cœur de leur activité (F&B & Luxe, F&B & Retail, F&B & Hôtellerie, etc.). Des établissements qui nous inspirent dans notre métier de conseil mais également des études de cas issues des projets réalisés par DEPUR Expériences. Apportant une perspective concrète sur les tendances à venir.

**POUR CHACUN DE CES BUSINESS CASES**, vous retrouverez les caractéristiques du lieu, ses marqueurs, des chiffres clés, tous nos insights sur ce qui en fait des concepts à connaître absolument.

Au-delà de notre vision, nous avons la conviction que pour bien pressentir les tendances, il faut être à l'écoute du marché.

Nous avons ainsi également voulu donner de la voix aux personnes les plus influentes du secteur sur leur vision des Tendances à venir au travers d'Interviews illustrées.

MARQUEURS 5 SENS



# Bulgari Hotels

Rome  
€€€€



## LE CONCEPT

Dans le cadre de son développement, le groupe Bulgari Hotels & Resorts s'installe dans sa ville natale, à Rome, en réhabilitant un bâtiment historique. Une expérience F&B 360° réunissant 5 concepts.

## L'EXPÉRIENCE F&B&E

Véritable retour aux sources pour Bulgari, qui avait jusqu'alors privilégié une stratégie d'expansion aux 4 coins du monde. Avec cette implantation à Rome, l'objectif est de rendre hommage au savoir-faire romain, en multipliant les clins d'œil au règne de l'empereur Auguste.

L'hôtel regroupe l'ensemble des formats F&B marqueurs du groupe présents dans tous les sites:

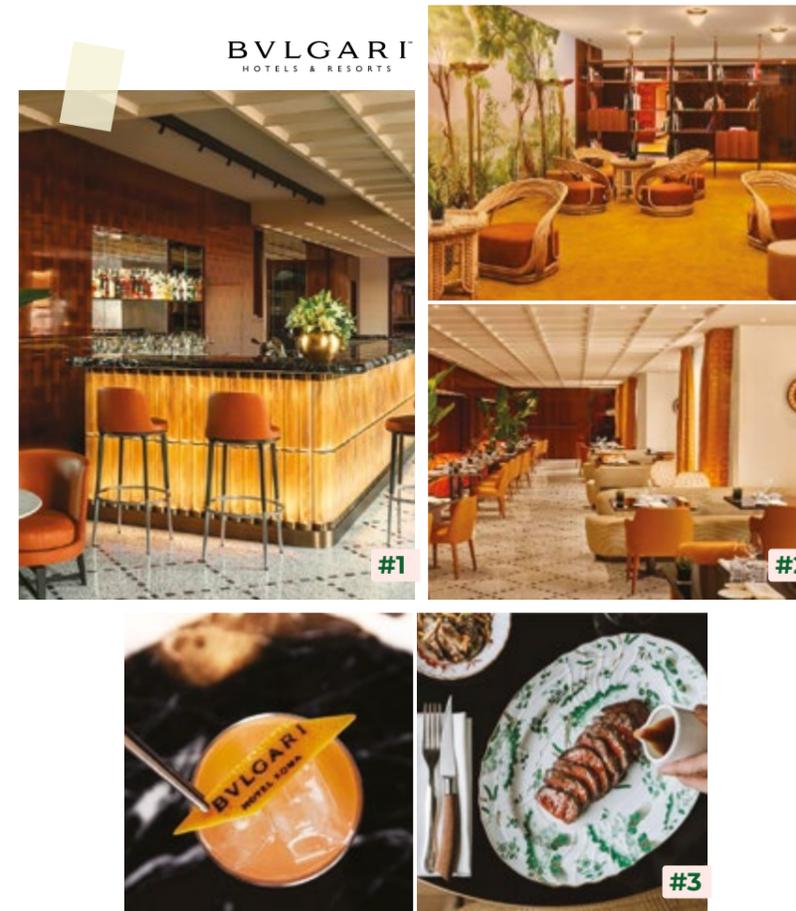
- **Il Ristorante:** perché au 5ème étage, le chef triplement étoilé Niko Romito, à la tête de la vision culinaire du groupe depuis 2017, met en avant une cuisine italienne avec des spécialités locales revisitées avec finesse
- **Il caffè:** coffee shop ouvert de 7h à minuit
- **The Bulgari Bar:** l'endroit idéal pour l'aperitivo italien en sirotant les cocktails phares de la marque.

S'ajoutent un lounge champagne (espace intime et privé dédié aux amateurs de champagne qui peuvent profiter d'un chariot spécial Dom Pérignon avec les meilleurs millésimes de la Maison d'Épernay) et la création de l'offre Bulgari Dolce (boutique offrant une sélection de desserts, pâtisseries et autres chocolats griffés).

## LES ATOUTS

Bulgari Hotels Rome n'est pas seulement un lieu de séjour, c'est une expérience qui marie histoire, luxe, design et gastronomie. C'est un très bon moyen d'attirer une clientèle extérieure et locale en quête de découverte de l'univers de la marque.

- **Ouverture en 2022**
- **9 adresses à travers le monde**
- **Hôtel: 114 chambres**
- **Restaurant: capacitaire de 54 personnes**
- **Bar: capacitaire de 216 personnes réparties en intérieur et extérieur**
- **Cabinet d'architecture: ACPV architects**



## MARQUEURS

### #1 / Bar somptueux

👁️ The Bulgari Bar - Un comptoir évolutif, aussi bien café la journée que bar en soirée, avec une belle exposition de bouteilles en arrière bar. La façade est composée de 60 tourbillons en verre de Murano incrustés de poussière d'or créant ainsi un puits de lumière.

### #2 / Atmosphère luxuriante

👁️ Bar à Champagne - Création d'une fresque de jardin, avec paons et anciennes ruines pour donner l'illusion d'être entouré d'un jardin romain.

👁️ 🏠 Médallions en mosaïque de marbre, lampadaires artisanaux de Murano, vases originaux en porcelaine Ginori et parois de verres vénitiens ornent les différentes pièces.

🏠 Mobilier en lin et cuir cognac, des matières marqueurs utilisées sur l'ensemble du groupe.

### #3 / Art de la table et finition signés Bulgari

👁️ 🏠 La verrerie est signée Salviati, l'argenterie Bulgari, et la vaisselle en porcelaine de Ginori 1735.

👁️ Les cocktails sont brandés avec un garnish tamponné Bulgari.

## Pourquoi ce concept est la tendance de demain?

La création d'hôtels et resorts par Bulgari s'inscrit dans une stratégie globale visant à étendre son empreinte dans le domaine du luxe, à renforcer son image de marque et à proposer des expériences exclusives à sa clientèle.

Les revenus générés par cette diversification d'usages à travers le F&B contribuent à la croissance financière de la marque.

L'incarnation de la marque par une expérience exclusive et immersive permet de créer des liens plus étroits avec ses clients et de fidéliser une clientèle haut de gamme.

Avec ses différentes adaptations et déclinaisons de ses concepts F&B, Bulgari Hotels & Resorts utilise un véritable levier de différenciation sur le marché de l'hôtellerie.



# Grand Central Terminal

New York  
€€€€

## LE CONCEPT

Aujourd'hui classée monument historique, Grand Central Terminal est devenue la gare la plus fréquentée du pays et la deuxième attraction touristique new-yorkaise après Times Square.

## L'EXPÉRIENCE F&B&E

Avec une programmation et des concepts F&B variés, certains lieux emblématiques de la gare attirent l'attention des voyageurs, des touristes et des résidents new-yorkais.

### • Le bar The Campbell, une histoire singulière

Autrefois bureau d'un grand homme d'affaire américain, puis vestiaire pour employés il a été, par la suite, temporairement utilisé comme lieu de détention. Il devient en 1999 un bar incontournable de Grand Central.

### • Le restaurant Cornelius, le plus gastronomique

Il rend hommage à Cornelius Vanderbilt, leader dans la construction de la gare, avec une carte élaborée par le chef Zach Bondy, perpétuant la tradition gastronomique haut de gamme, revisitant des plats classiques tels que le homard et le crabe.

### • Oyster bar, le plus ancien restaurant de Grand Central

Au sous-sol de la gare, ce lieu propose l'un des menus de fruits de mer les plus vastes avec 25 types de poissons et jusqu'à 30 variétés d'huîtres, le tout accompagné d'une carte des vins primée comprenant 80 sélections au verre.

## LES ATOUTS

Grand Central a toujours été un espace communautaire dynamique. Bien que la gare continue de répondre aux besoins des transports de la région, elle est aujourd'hui, avec ses nombreux concepts F&B&E, une destination touristique incontournable.

- Ouverture officielle en 1913
- Implantation des concepts de restauration entre 1988 et 1990
- 33 points de restauration et bars
- Au rez-de-chaussée: Grand Central Market
- Au sous sol: Dining Concourse - Hall de restaurants



## #1 / Élégance et raffinement chez Cornelius

Un sol en parquet, des murs en carrelage inspiration Art déco et tapissés de photographies des monuments emblématiques de la ville et de Grand Central lors de sa construction donnent vie à ce lieu historique.

## #2 / Atmosphère mystique et écossaise au Campbell bar

L'immense fenêtre en vitraux est l'élément iconique du lieu. De hauts plafonds avec des poutres apparentes peintes, une cheminée en pierre, un coffre-fort en acier, et des menuiseries d'origine. Le mobilier est en bois, mohair et cuir dans de riches tons vert, bleu nuit et rouge.

## #3 / L'Oyster Bar, un lieu chargé d'histoire

Un immense plafond voûté recouvert de carreaux en terre cuite. Derrière le comptoir, des bacs d'huîtres et coquillages sont exposés.

La cuisine ouverte laisse transparaître l'univers théâtrale des préparations et les odeurs alléchantes.

MARQUEURS

## Pourquoi ce concept est la tendance de demain ?



Les gares sont des lieux de passage avec un potentiel de flux captif immense.

De nombreuses enseignes commerciales se sont installées pour répondre à un besoin de restauration fonctionnelle et uniquement pour les voyageurs sur de la vente à emporter.

À travers ce lieu, l'aspect F&B expérientiel et lieu de destination sont mis en avant notamment en capitalisant sur l'histoire du lieu et ses espaces emblématiques et en mixant des enseignes commerciales avec une consommation rapide et des concepts expérientiels.

La gare disparaît complètement du lieu pour laisser place à une destination incontournable pour les new-yorkais et la clientèle touristique.

**GOOD TO KNOW** • Plus de 750 000 personnes transitent par le terminal, chaque jour. En période de vacances, ce nombre dépasse généralement le million. En plus des voyageurs réguliers, 21,6 millions de touristes, étrangers à la ville, visitent chaque année Grand Central Terminal.

LE MONDE EST

# food

foodi  
clopédia

CAHIER DE TENDANCES  
F&B&E 2024/2025