

# avant-propos

**ANNIE LLORCA**  
CEO DE LAYER CAKE



**A** lors, pourquoi est-ce qu'on a créé cet outil avec Dan? Avec Dan, on aime avancer, construire, proposer du concret... toujours. On s'est dit: il faut vraiment comprendre ce qui se passe et comment aider les pros de la restauration et de l'hôtellerie à séduire cette cible!

Après tout, qui n'a pas été ou n'est pas: un papa, une maman, un tonton, une tata, un papi ou une mamie à un moment donné ?

**LA FAMILLE EST UNIVERSELLE ET ÉTERNELLE.**

On veut que nos petits soient bien accueillis dans la société, qu'ils découvrent le plaisir de partager des repas, de goûter des saveurs, et pas juste du poisson carré qui fait des yeux ronds dans les coins comme dirait Coluche...

Cela touche tout le monde et ça correspond parfaitement à l'Évolution! Ce sujet est le sujet d'actualité : il est à la fois moderne et majeur pour l'avenir du secteur.

Et Dan, lui, c'est un super papa qui aime déguster de bons plats au restau avec sa tribu. Imaginez la scène: un pro de l'hospitalité débarque dans un restau, scrute tout, et se rend compte que ses enfants sont accueillis comme des extraterrestres... ou presque et lui avec... ça ne va pas être possible ça !

Tout a commencé par des échanges, un partage de ressentis, d'émotions, aujourd'hui concrétisés par et dans cet ouvrage; avec au final une envie débordante de vous faire part de nos réflexions et ambitions pour l'avenir du secteur.

Deux ans de travaux, de recherches, de réflexions, de recueil d'informations, de lectures, de vécu en situation (surtout Dan avec ses trois mouflets), d'écriture, de création graphique, de relecture... bref un concentré d'énergie positive pour produire ce guide hors-série et fortifier une amitié solide.







# édito

**N**ous sommes entrés dans un monde de pleine CONSOMMATION. Services, temps, carrières, relations: tout se consomme à une vitesse inédite, avec le consommateur au centre, doté de tous les pouvoirs. Pourtant, les entreprises peinent à suivre et ont fini par réduire leurs clients à de simples consommateurs, créant une distance.

Aujourd'hui, dans un monde instable, ces mêmes consommateurs réclament de l'empathie et de la reconnaissance. Les marques n'ont pas besoin d'être bienveillantes, elles ont besoin de renouer avec la proximité. Alors pourquoi avoir autant de filtres sur Instagram? Pour déformer une réalité que les consommateurs ne supportent plus?

Historiquement, les petits commerces de proximité et les métiers de bouche ont toujours vu leurs clients comme des invités et les ont toujours traités comme des convives. Ce qu'on appelle aujourd'hui «Hospitality» s'infuse progressivement dans tous les secteurs, dont le F&B. Les marques qui intégreront authentiquement les codes de l'Hospitality dans leurs expériences clients, à travers l'empathie et l'ultra-personnalisation, survivront.

Chez DEPUR EXPÉRIENCES, nous croyons fermement que l'Hospitality révèle le meilleur de l'Homme. Autour d'une table, dans un lieu de vie, les conflits cessent et les liens se tissent. Pourquoi les marques automobiles créent des lieux d'Hospitality? Pourquoi les gares et les aéroports se réinventent? Pourquoi les lobbies d'hôtels deviennent des «social hubs», tout comme les places de village, des nouveaux sièges sociaux des entreprises?

L'empathie est la clé, le Human-to-Human (aka HtoH) sauvera le monde.

La cohabitation entre familles et autres types de publics est souvent perçue comme conflictuelle. Les familles, jugées bruyantes, avec un panier

moyen inférieur (car elles ne consomment pas d'alcool), sont souvent exclues, comme en témoignent la multiplication des lieux «adults only». Pourtant, la famille, au sens large, englobe aussi bien les amis que les collègues - et son rôle est central dans notre société.

Travailler sur la famille, c'est travailler sur l'avenir. La famille, au sens filial, reste au cœur des enjeux futurs. L'exclure, c'est se couper de ses racines. Le fast-food et les resorts spécialisés «family» l'ont compris, en adaptant leurs offres pour gommer les irritants de la vie familiale (manger sans couverts, trouver un buffet ready-to-eat, etc.)

Mais qu'en est-il de la transmission, de l'apprentissage? Que fait-on pour montrer la magie des métiers comme ceux de la cuisine? Comment montrer aux nouvelles générations comment les choses se fabriquent? Sans tomber dans la superficialité des images d'Instagram ou des émissions de télévision comme Top Chef?

Cet ouvrage n'est pas militant non plus, mais il vise, entre autres, à réapprendre à connaître les familles et à comprendre les besoins de cette cible pour mieux l'intégrer dans les stratégies business. C'est un enjeu crucial pour faire cohabiter tous les publics ensemble et éviter les fractures dans notre société.



**DAN CEBULA**  
FONDATEUR  
& CEO  
DE DEPUR  
EXPÉRIENCES

01



**Le F&B  
dans  
la famille  
du XIX<sup>e</sup>  
à nos jours**