



LA FAMILLE

FINEST LUNCH

**COMMENT LA FAMILLE A TROUVÉ
LA RECETTE DU SUCCÈS**



Dans un contexte marqué par l'inflation, la transformation des rythmes de travail et l'évolution des attentes des actifs, chaque moment de consommation doit désormais conjuguer rapidité, qualité et plaisir.

Déjeuner entre deux réunions, petit-déjeuner d'équipe, repas partagé au bureau ou événement à organiser... les occasions se multiplient, mais les solutions restent souvent fragmentées.

En 2026, La Famille se distingue avec une croissance à deux chiffres sur un business mature, la marque fait figure d'exception dans le secteur agité de la restauration, avec un modèle, en propre et en franchise, qui a fait ses preuves : le segment des repas à destination des actifs, notamment en zones de bureaux.





Sous les radars, discrètement, l'entreprise multiformat La Famille Finest Lunch, créée à Lille en 2019, s'est développée depuis sa région d'origine sur les grandes métropoles avec pour ambition de couvrir tout le territoire français.

Forte de son modèle intégré basé sur 3 leviers de CA complémentaires - restaurant, cantine digitale et traiteur B to B -, La Famille s'impose peu à peu comme la référence du déjeuner premium des actifs, avec une cuisine authentique et réconfortante : 33 restaurants, 180 000 clients /mois.

Pour le quatuor de fondateurs experts en la matière, ex-franchisés eux-mêmes, l'heure est à l'expansion avec une ambition clairement posée : 100 M€ de CA d'ici 5 ans.

HISTOIRE

**QUATRE EXPERTS. UNE VISION.
SEPT ANS DE CROISSANCE**

HISTOIRE

En 2019, Jean-Louis Flipo, Grégoire Nicol, Marine et Louis O'Neill n'ont pas créé une start-up de plus. Ils ont fondé une famille. Chaleureuse et solidaire, forcément. Mais aussi ambitieuse.

Les quatre fondateurs de La Famille se retrouvent après plusieurs années passées sur le terrain, au plus près des réalités de la restauration et du modèle de franchise.

Forts de cette expérience, ils partagent une même conviction : il est possible de proposer une offre plus juste, plus qualitative, mieux adaptée aux attentes des actifs et des entreprises.





Après plusieurs mois d'observation, d'analyse et de réflexion, ils décident de se lancer.

Leur point de départ : leurs propres restaurants, transformés en véritables terrains d'expérimentation pour tester, ajuster et construire les bases du modèle.

Leur ambition est claire : devenir la référence française de la restauration pour les actifs.

Régaler chaque pause déjeuner et chaque moment d'équipe avec une cuisine faite avec soin et servie avec attention.

Dès le départ, une exigence s'impose : placer la qualité du produit au cœur du concept, et concevoir un modèle capable de se déployer à grande échelle, sans jamais transiger sur le goût ni sur le soin apporté à chaque étape.



2019

PREMIERS RESTAURANTS - 14 UNITÉS,
(7 À PARIS ET 7 À LILLE) CA 13,5 M€

2020

LANCEMENT DE LA CANTINE DIGITALE
6 OUVERTURES — PREMIERS FRANCHISÉS

2022

21 M€ DE CA (VS 18 M€ BUDGÉTÉS)
26 SITES DONT 5 LABOS BTOB
EXPANSION PARIS/IDF

2023

33 SITES — 10 FRANCHISÉS ACTIFS

2026

ENTRÉE D'INDIGO CAPITAL
ALAIN FLIPO DG — CAP VERS 100 M€

7 ans plus tard, La Famille est présente dans une dizaine de grandes métropoles françaises — de Lille à Paris et en Île-de-France, de Lyon à Aix-en-Provence, de Bordeaux à Strasbourg et Rouen. Son développement se poursuit aujourd'hui dans de nouvelles villes, porté par un modèle solide et reproductible.

En juillet 2025, le fonds d'investissement Indigo Capital fait son entrée au capital, suivi début 2026 par l'arrivée d'Alain Flipo, frère de Jean-Louis, au poste de Directeur Général Associé, confortant la montée en puissance du réseau sur toute la France.



« Nous avons beaucoup appris en tant que franchisés, et La Famille s'est construite à partir de ces 15 années d'expérience terrain. Jusqu'à aujourd'hui, 70 % de nos points de vente ont été développés en propre. C'est un choix structurant, qui nous permet de garantir un haut niveau d'exigence opérationnelle et de donner un cadre solide à nos franchisés. Aujourd'hui, une nouvelle étape s'ouvre : accélérer notre développement en franchise, tout en continuant à investir en propre pour rester au plus près du terrain. »

JEAN-LOUIS FLIPO,
cofondateur de La Famille

CONCEPT & BUSINESS MODEL

**SECRET DE FAMILLE
UN MODÈLE SINGULIER
AUTOUR DE 3 PILIERS**

CONCEPT & BUSINESS MODEL

1

LA CANTINE DIGITALE : LA PAUSE DÉJEUNER LIVRÉE AU BUREAU

Une solution simple pour bien déjeuner sans contrainte.

Les salariés commandent en quelques clics et sont livrés directement au bureau, grâce à une logistique intégrée portée par les équipes de La Famille.

Sans minimum de commande ni frais de livraison, le service s'adapte aux nouveaux rythmes de travail.

Pour l'entreprise, aucun investissement, ni gestion opérationnelle : une solution flexible, pensée pour faciliter le quotidien.



2

LE TRAITEUR CORPORATE

Une offre dédiée aux moments qui rassemblent.

Petits-déjeuners, réunions, plateaux repas, buffets, cocktails ou célébrations d'équipe : La Famille accompagne tous les événements de l'entreprise, avec la même exigence de qualité et de service.

Une offre complète, pensée pour s'adapter à chaque format, du plus simple au plus structuré.



3

LES RESTAURANTS EN QUARTIER DE BUREAUX

Des lieux de proximité pour les déjeuners du quotidien.

Implantés au cœur des zones tertiaires, les restaurants La Famille proposent une cuisine gourmande et équilibrée, à déguster sur place, à emporter ou en click & collect.

Ouverts du lundi au vendredi, ils s'inscrivent dans le rythme des actifs, avec une expérience simple, rapide et chaleureuse.

« Notre force, c'est la réactivité, on est capables de répondre très vite grâce à la proximité et à une organisation digitale très efficace. Même lorsqu'un client oublie de passer sa commande dans les temps, on peut réagir et livrer à 13 h »

LOUIS O'NEIL,
cofondateur de La Famille



VALEURS & PRODUIT

**RECETTES DE FAMILLE :
SIMPLEMENT BIEN FAITES**

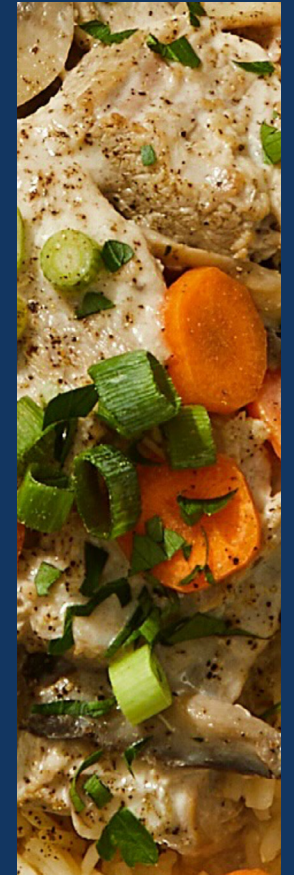
VALEURS & PRODUIT

Dès la création de La Famille, l'obsession du bien manger et du bien consommer a guidé l'offre produits.

Le défi a été de proposer une cuisine simple et généreuse, qui conjugue plaisir, fraîcheur et équilibre, sans compromis. Une cuisine pensée pour accompagner tous les moments en entreprise, du déjeuner du quotidien aux réunions et événements.

Sandwichs signatures, salades de saison, bowls, plats chauds, coffrets repas et pièces cocktail : une offre variée qui s'adapte à chaque format, pour que chacun se régale selon ses goûts, ses habitudes alimentaires — végétariennes, vegan ou sans gluten — et ses envies du moment.





UN MODÈLE DE FRANCHISE QUI PERFORME

La Famille propose une approche différente de la restauration.

Un modèle conçu pour concilier performance économique et qualité de vie, à la fois pour les franchisés et leurs équipes.

Restaurants ouverts du lundi au vendredi, sans service du soir ni week-end : un choix structurant, qui répond aux attentes actuelles du marché et facilite le recrutement.

Au-delà des horaires, La Famille accompagne ses franchisés à chaque étape, avec une organisation pensée pour simplifier leur quotidien et leur permettre de se concentrer sur l'essentiel : l'exploitation, le management et la relation client.



« Le développement de notre système informatique a été un chantier structurant. Aujourd'hui, c'est le cerveau de La Famille : un outil conçu pour répondre concrètement aux besoins du terrain »

GRÉGOIRE NICOL,
cofondateur de La Famille

PERSPECTIVES

**LA FAMILLE S'AGRANDIT...
ET CE N'EST QU'UN DÉBUT.**

PERSPECTIVES

En 2026, La Famille change de dimension en combinant développement en propre et en franchise et renforce son maillage géographique partout en France.

Après sept années de structuration, le modèle a fait ses preuves. La dynamique reste forte, y compris sur les marchés historiques : à Lille et Paris, villes d'origine, le chiffre d'affaires continue de progresser à deux chiffres, illustrant la capacité du concept à s'inscrire dans la durée.

Portée par cette trajectoire, La Famille poursuit son déploiement avec de nouvelles implantations en préparation dans plusieurs grandes métropoles françaises.

Une ambition claire : accélérer son développement tout en conservant ce qui fait sa singularité — une cuisine simple et bien faite, et une exigence constante à chaque étape.



CHIFFRES CLÉS

2019

CRÉATION 2019 À LILLE

12

CENTRES DE LIVRAISON

40 M€

CA 2025

100 M€

OBJECTIF À 5 ANS

33

RESTAURANTS

180 000

CLIENTS /MOIS
EN RESTAURANTS

11€

TICKET MOYEN
RESTAURANT & CANTINE

20 €

TRAITEUR
20 € /PERSONNE





À PROPOS DE LA FAMILLE :

Acteur innovant de la restauration, La Famille accompagne chaque moment de ceux qui travaillent — au restaurant, au bureau ou via son service traiteur — avec une organisation intégrée garantissant une qualité constante et une fraîcheur absolue.

