

avec **NEO** Engineering



Laurent Pailhès.

Coach en restauration, Laurent Pailhès livre des enseignements issus de l'observation des pratiques et des problématiques de nombreux restaurants en France et à l'étranger. Il est le gérant fondateur du cabinet NEO Engineering ([www.neoeng.com](http://www.neoeng.com)) qui a pour vocation d'aider les restaurants à se créer, à se développer et à faire de meilleures marges. Laurent Pailhès présente dans chaque numéro de B.R.A. Tendances Restauration, une réflexion sur les moyens à privilégier pour créer des climats favorables au développement de restaurants. L'objectif est de tenter de montrer que le dénominateur commun au succès est la recherche de simplicité chez les dirigeants, chez les collaborateurs, chez les fournisseurs et chez les clients.

## Les **paroles** s'envolent, les **écrits** restent... !

Pour ce numéro spécial « 40 ans de B.R.A. Tendances Restauration », notre partenaire

Laurent Pailhès a rédigé un billet d'humeur axé sur le rôle et les ficelles de l'écrit.

Face à la dématérialisation de l'information, et dans un monde où on lit de moins en moins, comment faire passer un message percutant ? Éléments de réponse

Propos recueillis par Anthony Thiriet



Les historiens ont découvert que l'écriture fut inventée pour comptabiliser les transactions commerciales de blé et de bétail. Ce n'est que plus tard que l'Homme a utilisé l'écriture à d'autres fins. Dans l'entreprise, les écrits justifient toujours leur valeur fondamentale dans le domaine de la comptabilité et du juridique. Mais que penser de l'adage bien connu : « Les paroles s'envolent, les écrits restent » ? En matière de leadership et de stratégie commerciale, il est discutable, à mon sens, pour 2 raisons indépendantes l'une de l'autre.

D'abord, le management peut presque s'épargner de la contrainte d'écrire et rester tout à fait persuasif et efficient. L'engagement, la motivation des équipes s'inscrivent et se développent par la qualité du projet présenté oralement. Il n'y a qu'à constater la corrélation entre le degré d'adhésion d'un groupe à un projet et la qualité de la transmission orale de ce même projet. En termes de leadership, les paroles s'envolent, certes, mais restent ancrées dans les esprits, pour peu que le leader ait été convaincant.

D'autre part, les écrits ont moins d'impact aujourd'hui qu'hier car la capacité d'écoute de nos contemporains s'est drastiquement réduite. On ne sait ni trier, ni assimiler l'information. Le développement des réseaux sociaux montre que les gens cherchent surtout, en courant après l'information, à combler un besoin évasif de faire partie d'un groupe. On est plus en présence d'un besoin affectif, que d'un besoin de sens.

Recherche de sensationnel, besoin d'appartenance, quête permanente de nouveauté... sont autant de facteurs qui modifient considérablement la façon de transmettre l'information. Par conséquent, pour que le restaurateur puisse mener un projet de développement à bon port, pour qu'il puisse obtenir l'engagement de ses équipes, il doit rendre le projet concis et lisible. Citons, pour exemples, un logo bien pensé, un slogan évocateur, des menus bien agencés, des vidéos pour la fabrication de recettes, une newsletter aux clients...

« Pour que le restaurateur puisse obtenir l'engagement de ses équipes, il doit rendre le projet concis et lisible »

Laurent Pailhès

Aujourd'hui, de nouveaux vecteurs de communication sont apparus. Ils sont « dans le cloud », ils sont virtuels, et ils produisent des effets bien réels sur les comportements des clients et des collaborateurs. L'adage précédemment évoqué pourrait donc être complété de cette manière : « Les paroles s'envolent, les écrits restent, et les images se lisent. »