



Flunch mise sur la reprise de ses restaurants et sur de nouveaux concepts

Près de deux mois après son placement en procédure de sauvegarde, Flunch veut limiter l'ampleur du plan grâce aux reprises de restaurants. L'enseigne de restauration de la galaxie Mulliez travaille en parallèle sur de nouveaux concepts.

« Nous sommes sur le pied de guerre tous les jours. Nos restaurants sont fermés mais nous sommes en mouvement », insiste Thierry Bart, le directeur général de Flunch. Alors que ses établissements sont fermés depuis plusieurs mois, l'enseigne fait l'objet d'un plan de sauvegarde de l'emploi (PSE) depuis fin janvier (lire ci-dessous). La première chaîne libre-service de restauration française veut se séparer de 57 restaurants (contre 60 annoncés il y a quelques semaines). « Nous espérons réduire le PSE grâce aux reprises. Nous avons reçu 190 marques d'intérêt pour 55 restaurants et tous les jours des intentions sont déclarées. »

Parmi les candidats, une quinzaine de franchisés et une vingtaine de salariés de Flunch. « Nous proposons des conditions préférentielles en termes de droits d'entrée et de redevance. Pour les collaborateurs, nous proposons des reprises à l'euro symbolique. Nous avons mis à disposition une étude approfondie, avec l'analyse de son contexte, de son emplacement, de sa clientèle. Nous accompagnons les collaborateurs candidats en expliquant le parcours et en proposant des formations. » Les restaurants repris devraient être identifiés d'ici 4 à 6 mois.

En parallèle, le projet de Thierry Bart consiste à « réancrer Flunch en local » avec une part de produits locaux dans les approvisionnements et des recettes régionales qui compléteront la carte commune à l'ensemble des restaurants. Trois nouveaux concepts sont également sur la table. Le premier est un « lifting », avec un nouveau design et de nouvelles couleurs à l'intérieur comme à l'extérieur (comme à Noyelles-Godault). Le deuxième inclut des kiosques à burgers et à pizzas (comme à Saint-Omer). Le troisième est un concept de restauration qui peut aller jusqu'à une dizaine de kiosques, des espaces de co-working ou de jeux pour les enfants. « En 2021-2022, nous voudrions tester et transformer une dizaine de restaurants pour atteindre ensuite un rythme de 15 à 20 restaurants transformés par an. » Très présent dans les centres commerciaux, Flunch veut par ailleurs s'implanter davantage dans les centres-villes et dans les zones de flux : autoroutes, gares et aéroports. « Nous voulons tester, transformer, et, à terme, nous redéployer » explique Thierry Bart. Les négociations sont en cours dans le cadre du PSE. La période d'observation doit durer jusqu'à cet été. « La priorité pour nous est de mettre l'effort sur le plan de reprise. Si des restaurants ne sont pas repris, les reclassements se feront en priorité au sein de Flunch et des enseignes d'Agapes. »

Une procédure de sauvegarde sur la table

Le 27 janvier, Flunch, l'une des enseignes de restauration de la galaxie Mulliez (groupe Agapes) annonce qu'elle fait face « à des difficultés majeures liées à la crise sanitaire » avec une baisse de 57 % de son chiffre d'affaires en 2020 par rapport à 2019.

Quelques jours plus tard, le tribunal de commerce Lille Métropole approuve la procédure de sauvegarde

et donne six mois à la première chaîne libre-service de restauration française pour convaincre. Ses actifs étant supérieurs aux passifs, Flunch évite un dépôt de bilan et met en œuvre un plan de relance. Son actionnaire, le groupe Agapes, injecte 29 millions d'€ pour effacer le passif et renflouer la trésorerie afin de moderniser les restaurants.

En 2018, Flunch avait déjà connu des difficultés avec un plan de restructuration et la fermeture de huit restaurants. Mais cette fois, le plan est d'une autre ampleur puisque Flunch cherche à se séparer de 57 restaurants (sur 227 dont 161 en propre, les autres étant sous franchise) et environ 1300 salariés (sur 5 000). Dans la région sont concernés le restaurant de la gare Lille-Flandres et celui d'Aulnoy-lez-Valenciennes.

« Derrière le vernis, le bois est vermoulu. »

« On nous sort un beau projet, de bonnes idées qui arrivent un peu tard », déplore Philippe Delahaye, délégué syndical central CFE-CGC. « Ça fait des années qu'on alerte sur la perte de vitesse de Flunch. Le modèle économique est dépassé. Mais ils ont privilégié jusqu'ici les critères de gestion... Ce projet à trois ans n'est pas clairement défini. Derrière le vernis, le bois est vermoulu. »

Ce qui inquiète les syndicats au premier chef, c'est la période de transition en cours. « On dirait qu'ils veulent passer directement d'un point A à un point B, sans se soucier de ce qui se passe entre les deux. C'est très brutal », considère Philippe Delahaye. « Ils soldent les restaurants pour l'euro symbolique et bradent les salariés. Leur objectif est uniquement de faire diminuer le coût du PSE », poursuit Grégory Dubois, délégué syndical central CFDT. « Ce sont pourtant des personnes très attachées à l'entreprise. Ce sont elles qui ont fait tenir Flunch. Il y a une souffrance psychologique. Il y a des risques de drames. »

Aujourd'hui, ce que veulent les syndicats c'est un élargissement du périmètre de reclassement, au-delà des seules enseignes du groupe Agapes. « Sans aller jusqu'à une bourse d'emplois, nous voudrions qu'une priorité soit donnée aux postes dans d'autres enseignes » de la galaxie Mulliez. Ils réclament aussi « des indemnités cohérentes. Ils proposent le minimum légal. Onze mois et demi de salaires pour 40 ans de carrière! Il est hors de question d'accepter ce genre de choses. » D'autant que comme le souligne Nicolas Millars, délégué syndical central FO, « Dans le contexte de la crise, il est compliqué de continuer à travailler dans la restauration. » Une troisième réunion de négociations doit se tenir cette semaine.

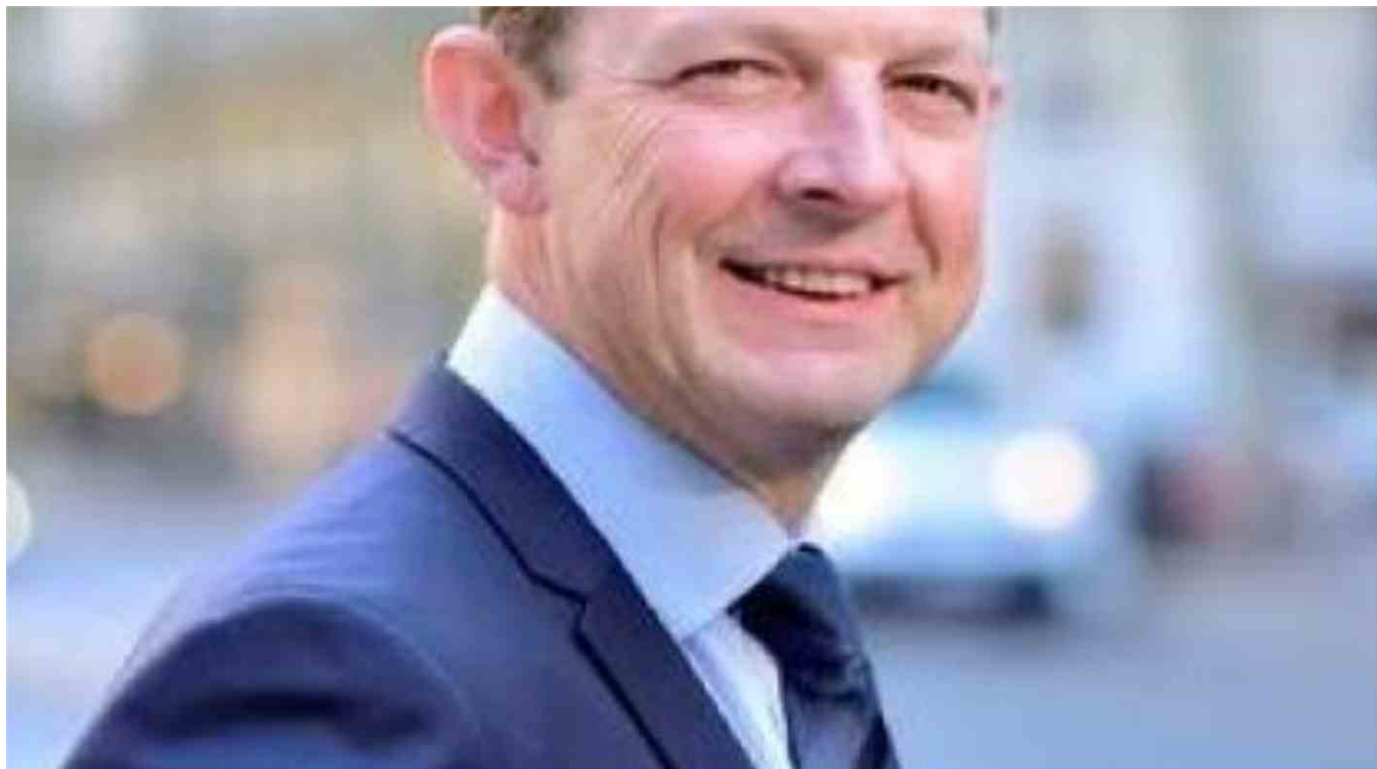


https://lvdneng.rosselcdn.net/sites/default/files/dpistyles_v2/ena_16_9_extra_big/2021/03/23/node_965958/50818409/public/2021/03/23/B9726478056Z.1_20210323104930_000%2BGDUHQ0UJE.1-0.jpg?itok=LWwofTbG1616492979

Ouvert début 2020, le restaurant Flunch de Noyelles-Godault fait l'objet d'un nouveau design testé par l'enseigne. PHOTO ARCHIVES LA VOIX.



https://lvdneng.rosselcdn.net/sites/default/files/dpistyles_v2/ena_16_9_medium/2021/03/23/node_965958/50818409/public/2021/03/23/B9726478056Z.1_20210323104930_000%2BGDUHQ0UJE.1-0.jpg?itok=xCO_G7EC1616492979



https://lvdneng.rosselcdn.net/sites/default/files/dpistyles_v2/ena_16_9_medium/2021/03/23/node_965958/50818410/public/2021/03/23/B9726465635Z.1_20210323104636_000%2BGDUHQ0USR.1-0.jpg?itok=rTBjYjX11616492979



https : //lvdheng. rosselcdn.

net/sites/default/files/dpistyles_v2/ena_16_9_medium/2021/03/23/node_965958/50851663/public/2021/03/23/B9726478056Z.1_20210323104930_000%2BGD7HQOOH1. 1-0. jpg?itok=aOo1GpgS1616492979

■