

## Flunch se réinvente à travers un nouveau concept et prévoit de rénover ses 150 restaurants en France d'ici 2025

Roncq, le 29 mars 2023 – Flunch dévoile son nouveau concept dans le restaurant situé dans le centre commercial de Roncq (Nord). L'enseigne propose une offre culinaire enrichie et des restaurants plus ludiques et modernes, afin de répondre aux attentes de toutes les générations. D'ici 2025, les 150 restaurants de France seront rénovés pour un investissement de 100 millions d'euros.

Depuis plus d'un an, avec l'arrivée et sous l'impulsion du nouveau PDG Baptiste Bayart, les équipes de Flunch mènent un projet ambitieux de transformation et de modernisation des restaurants, afin de réancrer la marque bien connue des Français dans leur quotidien. Sur 1 600 m<sup>2</sup> le site de Roncq incarne ce nouveau visage : réouvert depuis le 24 mars, il enregistre déjà plus de 1 000 passages en caisse par jour (environ 3 000 clients).

Le nouveau concept sera déployé dans plus de 20 sites cette année alors que 38 restaurants ont bénéficié d'une première rénovation en 2022. **A l'horizon 2025, l'enseigne ambitionne de rénover l'intégralité de son parc de 150 sites pour un investissement de 100 millions d'euros.**

Sur la durée de ce plan ambitieux, l'enseigne vise 50% de croissance de son chiffre d'affaires en comparable pour atteindre 400 millions d'euros en 2026, ainsi qu'une progression de 20 points de l'indice de satisfaction client NPS (*Net Promoter Score*<sup>1</sup>).

### Une offre enrichie avec des stands thématiques

Depuis sa création en 1971, la philosophie de Flunch a toujours été de **permettre à ses clients de manger un repas complet chaque jour pour l'équivalent d'une heure de smic**. Si le nouveau concept de Flunch conservera cet ADN - celui de proposer une cuisine variée, savoureuse et d'un excellent rapport qualité prix – il vise aussi à clarifier et enrichir son offre.

Plus de 80% de la carte a été changée : au-delà des produits qui ont fait le succès de Flunch, les nouveaux restaurants proposeront des stands thématiques (pizza, pasta, burgers, woks

---

<sup>1</sup> L'indicateur NPS (*Net Promoter Score*) a été développé en 2003 par Fred Reichheld de Bain & Company. Il mesure la propension et la probabilité de recommandation d'une marque X, d'un produit Y ou d'un service Z par ses clients. Il permet par un simple calcul d'évaluer la satisfaction et la fidélité d'un client et de suivre l'évolution du rapport client/marque.

etc.) pour répondre aux nouveaux goûts culinaires et s'adresser à toutes les générations. Cette offre sera progressivement proposée dans tous les sites de France.

Afin de réduire l'impact environnemental, les nouveaux Flunch proposeront à leurs clients une offre de boissons en libre-service sans aucun contenants jetables. Pour agir contre le gaspillage alimentaire, certains plats seront produits à la demande et les clients pourront bénéficier des services de la plateforme *Too Good to Go* (qui permet de vendre des produits ou plats non commercialisés en fin de journée). Enfin, les produits de saison et locaux ou d'origine France qui sont déjà privilégiés, le seront de plus en plus au fil du temps.

Par ailleurs, le nouveau concept de Flunch sera digital avec une évolution des programmes de fidélité, des systèmes de paiement (bornes automatiques) et un service de livraison en ligne. La technologie permettra aussi d'améliorer la valeur ajoutée et d'assister les salariés : des robots intelligents programmés pour s'occuper des tâches fastidieuses (nettoyage, débarrassage) circuleront dans tous les sites, permettant aux collaborateurs de se consacrer au contact avec les clients.

### **Un lieu de loisirs et d'expériences variés**

Enfin, chaque Flunch sera aussi un lieu de distraction avec des animations (magie, karaoké...) toutes les semaines et des espaces de jeux pour les enfants, pour les adolescents mais aussi leurs parents. Des « cubes expérientiels » modulables seront répartis dans le restaurant permettant de déjeuner à six dans une cabine de bateau, sur une table en forêt etc.

*« Flunch est une enseigne populaire au sens noble du terme, c'est à dire qui rassemble les générations et est accessible à tous. Il était évident pour nous de conserver cet ADN : nos clients trouveront toujours chez Flunch un repas complet, sain et varié pour le prix d'une heure de salaire minimum. Mais nous souhaitons aussi que ce nouveau concept parle à toutes les générations, et que Flunch ne soit plus simplement un lieu de passage, mais aussi un lieu de rencontre, d'échange et de plaisir. Flunch is back ! »* déclare Baptiste Bayart, PDG de Flunch.