

La chaîne de restaurants Bon (Colruyt) veut doubler sa présence dans les villes

L'Echo – Luc Van Driessche, Jens Cardinaels - 17 avril 2026

Extraits. Article complet réservé aux abonnés.

https://www.lecho.be/entreprises/horeca/la-chaine-de-restaurants-bon-colruyt-veut-doubler-sa-presence-dans-les-villes/10656684.html?utm_source=sfmc&utm_medium=email&utm_campaign=&utm_content=&utm_term=LECHO_ARTICLES_3+-+title&utm_id=118206&sfmc_id=10009321

Pour asseoir sa position en centre-ville, Colruyt mise sur Bon, l'enseigne de prêt-à-manger gourmet. Au menu: deux fois plus de restaurants et une collaboration avec les magasins Okay.

Le résumé

- **La chaîne bruxelloise Bon**, qui compte aujourd'hui **16 restaurants**, entend **doubler de taille d'ici 4 ans**.
- **L'enseigne bénéficie pour cela du soutien de Colruyt**, qui a acquis 45,65% des parts en septembre 2024 avant de devenir **actionnaire majoritaire**.
- Colruyt, dont la part de marché est sous pression, veut **renforcer sa présence dans les centres-villes**, un de ses points faibles mais **champ d'action par excellence de Bon**.
- La chaîne entend **poursuivre son développement** dans les **quartiers de bureaux**, mais aussi **dans le "travel retail"**, les lieux fréquentés par les navetteurs.

L'enseigne bénéficie pour cela du soutien de Colruyt. **En septembre 2024, le premier distributeur belge a acquis 45,65% des parts avant de devenir actionnaire majoritaire avec 55% du capital**. Les autres actionnaires sont le CEO Frédéric Duqué, ex-banquier d'affaires qui a fondé Bon en 2015. Le fonds Guardiola Invest possède 10% des parts.

Colruyt a placé un de ses pions chez Bon en la personne de Bert Gillis, nommé directeur commercial et du marketing. **Manager au sein de Colruyt Group durant 13 ans, il y a notamment accompagné le rachat des magasins Match et Smatch ainsi que le déploiement d'Okay City**, déclinaison urbaine des supermarchés de proximité Okay.

En septembre 2024, le groupe Colruyt a acquis 45,65% des parts avant de devenir actionnaire majoritaire avec 55% du capital.

Les centres-villes, point faible de Colruyt

Colruyt, dont la part de marché est sous pression, **veut renforcer sa présence dans les centres-villes, un de ses points faibles** mais le **champ d'action par excellence de Bon**. La chaîne collabore d'ailleurs déjà avec d'autres enseignes urbaines du groupe de Hal. Elle vend depuis deux ans ses repas chez Okay City. Depuis quelques mois, Bon livre aussi des repas à 50 des 145 magasins Okay. Les repas Bon ne sont, par contre, pas proposés dans les supermarchés Colruyt.

Ce dernier laisse Bon fonctionner de manière autonome, avec sa propre direction et une cuisine centrale à Woluwe, dont la surface sera portée de 600 à 2.200 m². Mais **aucun projet de fusion opérationnelle plus poussée avec Colruyt n'est prévu. Le groupe continue dès lors de produire des salades sur trois sites différents.** Outre l'atelier Bon, il dispose d'une usine produisant des repas pour la marque maison Boni et d'un atelier pour sa filiale Délitrateur. "Boni est une marque industrielle, alors que nous travaillons de façon plus artisanale. Cela nécessite des ateliers distincts", justifie Frédéric Duqué.

Sans intégration, c'est donc par la croissance que Bon doit devenir rentable. **Sur un chiffre d'affaires de 7,5 millions d'euros, la chaîne a enregistré en 2024 une perte opérationnelle de 1,1 million.** Bon vise l'équilibre en 2027. "Nous voulons être rentables en 2030, quand nous aurons 32 implantations", dit le patron de Bon.

Premières franchises

La chaîne entend poursuivre son développement **dans les quartiers de bureaux, là où tout a commencé, mais aussi dans le "travel retail", les lieux fréquentés par les navetteurs.** Bon a ouvert l'an dernier ses premiers restaurants en gares de Bruxelles-Nord et Bruxelles-Central. Les artères commerçantes sont aussi dans le viseur.

À partir de 2027, **Bon devrait aussi ouvrir les premiers magasins gérés par des indépendants.** Un moyen commode d'accélérer sa croissance, les franchisés assumant l'essentiel de l'investissement.

Si les objectifs d'expansion et de rentabilité sont atteints, **le contrat prévoit une reprise intégrale de l'enseigne par Colruyt.** Qui alors de Frédéric Duqué? "Avec mes 56 ans, je suis encore jeune", lance-t-il en souriant. Mais le secteur évolue vite. (...) Serai-je encore, dans cinq ans, l'homme qu'il faut pour faire passer Bon de 20 à 50 millions d'euros de chiffre d'affaires? On verra le moment venu."