

BURGER KING – QUICK : DANS LES COULISSES DE L'UN DES PLUS GROS DEALS DE L'ANNÉE 2015

*par Nazira David,
responsable Business Unit chez DiliTrust*



Après avoir annoncé son retour en grande pompe en France en 2013, Burger King a dû trouver une solution pour rivaliser avec les 1.400 points de vente de son concurrent McDonald's.

Le 17 décembre 2015, le patron de Burger King France réalisait le deal de l'année avec le rachat de Quick et de ses plus de 350 restaurants.

D'abord boudé par le management de l'enseigne rouge et blanc, Olivier Bertrand, a tiré les bonnes ficelles pour réussir à faire accéder Burger King à la data room hébergeant les informations de vente de la chaîne de Fast Food. Aux commandes de cette reprise, Marc Legris, directeur juridique de Quick, a lui aussi fait les bons choix pour permettre aux 70 interlocuteurs concernés d'accéder dans la confidentialité la plus totale aux informations relatives à ce rachat sensible. Le directeur juridique revient aujourd'hui sur cette opération délicate et sa décision de faire confiance à DiliTrust pour héberger la data room numérique permettant à Burger King de formuler son offre.

C'est lors de son passage à la direction juridique du groupe Etam et d'une courte opération immobilière que Marc Legris a découvert les services de data room virtuelle proposés par DiliTrust.

Satisfait, il choisit en 2014, à son arrivée chez Quick, de challenger la data room française lors d'une opération de refinancement du groupe. La Direction Générale de Quick, dans un premier temps réticente à l'utilisation

d'une data room pour des raisons économiques, changea rapidement d'avis en prenant connaissance des tarifs compétitifs proposés par le player français.

Les données financières et informations commerciales ont alors été déployées sur la plateforme DiliTrust et mises à disposition des investisseurs pour une levée de fonds de 600 millions d'euros. Cette opération a permis à Marc Legris de tester la capacité de DiliTrust à garder sa qualité de service élevée sur une période plus longue.

Défi relevé par DiliTrust en partie grâce à un service premium permettant au client de se décharger complètement sur le support technique composé de spécialistes prenant en charge toutes les tâches liées à la création et à la gestion de la data room. Séduit, Marc Legris n'hésite donc pas à proposer DiliTrust pour le rapprochement avec Burger King.

Il est 14h lorsque Marc Legris appelle Nazira David, responsable Business Unit chez DiliTrust, avec une mission urgente : mettre en place la data room de 3 Go et 70 utilisateurs à inviter avant la fin de la journée. Branle-bas de combat chez DiliTrust pour rassembler, optimiser, organiser et charger en data room tous les documents et paramétrer les droits des équipes invitées. « La réactivité et l'implication du support technique de DiliTrust ont été déterminantes dans la réussite de la mise en place de la data room, raconte le directeur juridique. La banque d'affaires Goldman Sachs intervenant comme conseil auprès de Quick a pu accéder aux documents dès le soir même. »

Quand on sait que le rapprochement entre les deux enseignes s'est négocié en haut lieu dans les coulisses de L'Elysée, de Matignon et de Bercy, on comprend vite pourquoi les banquiers de Goldman Sachs ont voulu très rapidement accéder à l'ensemble des documents nécessaires. En effet, lors d'un deal de cet ampleur : baux commerciaux, procès-verbaux des sociétés, contrats de franchise, données de marché, contrats fournisseurs, marques... doivent être évalués.

Une fois les documents en ligne et les utilisateurs invités, Marc Legris a continué à alimenter régulièrement le contenu de la data room avec l'aide du support technique dédié à ce deal et disponible 24/24. Une aide particulièrement appréciée dans la préparation des documents. En effet plusieurs vérifications sont à effectuer avant la mise en ligne d'un document : suppression des différentes protections, numérotation et renommage, etc.

L'intérêt de la data room réside dans les statistiques

DiliTrust met à disposition des utilisateurs de la data room des rapports statistiques en temps réel sur les connexions et les consultations des documents.

« Cela permet de comprendre qui fait quoi et d'anticiper les questions futures. Dans le cadre de Quick les due diligence étaient tellement vastes (réseau, marques, etc.) qu'il fallait absolument réussir à comprendre ce que cherche l'acquéreur. In fine en observant les statistiques on sait sur quel sujet un acquéreur peut nous questionner. A titre d'exemple, le focus et les questions posées par un fonds d'investissement et par un Burger King France n'ont strictement rien à voir », précise Marc Legris.

Plus anecdotique, il a pu s'apercevoir que l'un des autres administrateurs chargeait des documents personnels dans le contenu de la data room et réagir à temps pour couper ses accès et éviter de donner une mauvaise image de sa société.

Des demandes réglées... dans l'heure !

L'opération de due diligence menée dans le cadre de l'acquisition de Quick par Burger King a été un succès puisque Olivier Bertrand a formulé une offre de 600 millions d'euros validée et acceptée par toutes les parties prenantes. Marc Legris, rassuré par son choix technologique tire le bilan suivant : « La qualité de service proposée par notre prestataire, sa réactivité et son implication nous ont permis

de répondre en temps et en heure aux impératifs imposés par ce deal très délicat ». La puissance de la fonctionnalité statistique en temps réel et le prix compétitif ajoutés à ce service support performant ont pleinement satisfait le nouveau directeur juridique de Burger King – Quick. Marc Legris précise tout de même que l'interface a « une tête vieillotte, ce qui n'est pas optimal pour donner une bonne image de la société sujette à un audit aussi important. » Remarque prise en compte par DiliTrust puisque qu'une nouvelle version de sa data room, complètement revisitée, a été lancée début mars 2017 avec une interface soignée et à l'image de sa qualité de service.

