

MisterFly prépare sa relance après avoir supprimé 200 emplois

Après deux ans en tant que directrice financière, Emilie Dumont a récemment été promue directrice générale de MisterFly, plateforme européenne de réservation de voyages pour les professionnels et le grand public. Un challenge de taille après 18 mois de pandémie. La dirigeante est revenue pour Maddyness sur la situation de l'entreprise.

Temps de lecture : minute

3 novembre 2021

Lorsque début 2019 Emilie Dumont rejoint l'entreprise Mister Fly, spécialisée dans la réservation de voyages, la société est en pleine croissance. "Nous étions présents en Espagne, en Italie, au Benelux et nous préparions notre lancement en Allemagne. En 2019, nous avons réalisé une très belle année, nous avons même closé notre deuxième levée de fonds début 2020", rappelle la nouvelle directrice générale de l'entreprise. En 2016, Mister Fly avait levé 20 millions d'euros auprès de Montefiore Investment et vente-privée (devenue Veepee). Juste avant d'être intégrée au classement du FT120, la société affichait un volume d'affaires de 530 millions d'euros.

La route semblait donc toute tracée pour MisterFly pour continuer de croître mais c'était sans compter sur la pandémie, des confinements mondiaux et l'interdiction de voyager. "Nous sommes passés d'une hypercroissance à un arrêt quasi-total d'activité du jour au lendemain", confie Emilie Dumont (43 ans). Enfin, pas tout à fait. "Nous avons la particularité d'avoir un mix très fort sur la vente de billets d'avion. Il faut savoir qu'il n'y a pas un billet d'avion qui a été remboursé sans avoir fait l'objet d'une à cinq demandes à la compagnie aérienne. On en est à 400 000 annulations", souligne-t-elle pour montrer l'ampleur du travail à effectuer. "Personne n'était prêt à ça, ni les compagnies aériennes qui ont dû revoir leur process au dernier moment, ni la scaleup qui ne possédait pas les bons robots de traitement".

Gestion de crise

Plusieurs phases se sont succédé pour faire face à la tempête. La première a été celle de la survie opérationnelle. "D'un point de vue financier, nous avons rapidement pris le parti d'agir comme si cette situation allait durer longtemps" pour mieux se préparer et anticiper les conséquences. La direction de l'entreprise a alors dû prendre des décisions drastiques : fermetures des bureaux en Espagne et en Italie, annulation d'un lancement à Berlin, restructuration de l'activité séjour la plus déficitaire historiquement. Résultat, Mister Fly a divisé par deux ses effectifs en quelques mois, passant de 400 à 200 personnes en quelques mois.



À lire aussi

Evaneos réduit la voilure en supprimant 50 postes

"Nous sommes dans un secteur où il y a beaucoup de turnover, beaucoup de choses se sont faites naturellement. Mais nous avons dû aussi faire un PSE [plan de sauvegarde de l'emploi] qui s'est bien passé car nous n'avions pas le choix, il était nécessaire pour sauver les 200 autres postes".

De Renault à MisterFly en passant par G7

Les entreprises bousculées, cette diplômée d'HEC les connaît pour être passée chez Renault ou G7. "Le secteur automobile demeure très complexe car il y a peu de marge et beaucoup de cash", argue-t-elle. Au cours de ses 7 ans au sein du fleuron français, notamment au sein du service contrôle de gestion, elle doit faire face à la crise de 2008 et au plan de restructuration qui va avec. "Au niveau du management, c'est une expérience qui m'a beaucoup appris, notamment sur la prise de décision difficile pour le bien de l'entreprise", explique-t-elle, ajoutant qu'elle soit absolument nécessaire.



À lire aussi

Ces startups du tourisme qui traversent la crise avec panache

Autre expérience qui a marqué son parcours, ses quatre années au sein de G7 où elle a œuvré à la transformation digitale de la société et surtout la mise en place d'un plan marketing pour mettre en avant sa brique technologique en tant que chief financial officer, entre 2014 et 2018, en pleine percée d'Uber dans l'Hexagone.

Devenir plus résiliente

Alors que les contraintes de voyage se desserrent progressivement dans le monde sans pour autant un retour à une situation normale, comment Mister Fly perçoit l'avenir ? *"Le voyage est un plaisir auquel les Français n'ont pas envie de renoncer. Ils ont redécouvert les voyages en France mais cela n'enlève pas leur envie de découvrir d'autres pays"* même si elle se refuse à réaliser des projections à moyen terme. *"Nous avons connu un grand pic de réservations en juin 2021 qui a été difficile à absorber mais la reprise recommence doucement ce qui nous arrange bien"* , confie t-elle. Car absorber des chocs de réservation avec des pics et des rechutes est encore compliqué pour la société. *"Plein de choses peuvent et doivent être faites pour rendre notre activité plus résiliente à la hausse et à la baisse des demandes. C'est un des grands enseignements du Covid et un des grands projets sur notre roadmap pour repartir plus vite lorsque notre activité reviendra à son taux d'avant crise"*.

Deux autres chantiers vont occuper MisterFly : *"la digitalisation du customer service après le booking"* et, à plus long terme, *"pousser nos clients à proposer davantage de voyage éco-responsable"* et à communiquer sur leur empreinte. *"En tant que distributeur, nous avons une responsabilité d'information du consommateur"* , souligne-t-elle.

Article écrit par Anne Taffin