



Du frais devant la porte

Photo: Pierre Matgé

Avec La Provençale, les professionnels de la restauration peuvent faire leur marché d'un coup de fil. L'entreprise emploie aujourd'hui plus de 800 personnes et utilise 120 camions.

Ah, si les filets de sole pouvaient parler! Peut-être évoqueraient-ils avec émotion leur dernier voyage entre Yrseke (Pays-Bas) et Sarrebruck ou Nancy, via les Halles de Luxembourg.

Quand un gastronome lorrain plante sa fourchette dans une nourriture fraîche de qualité, il le doit parfois à La Provençale, cette entreprise familiale luxembourgeoise qui a su se faire un nom dans la Grande Région.

Certes, son chiffre d'affaires est dû, à 85%, au marché luxembourgeois, qui continue de croître au gré de l'augmentation de population, mais elle fait tourner ses 120 camions jusqu'à Liège ou à Colblence, où les possibilités de développement ne sont pas négligeables.

Spécialité: le commerce et la livraison de produits frais, qui constituent 70% de son activité. S'y ajoutent les surgelés, l'alimentation sèche et le non-alimentaire, qui complètent les colis envoyés tous les matins à partir de trois heures et demie vers les restaurants, commerces et collectivités.

La société établie à Leudelange propose pas moins de 35.000 articles, comme le poisson frais, fumé et congelé, la viande fraîche et congelée, la charcuterie artisanale, la volaille, le gibier, les fruits et légumes... C'est le client qui guide la danse: La Provençale propose notamment de la nourriture bio, mais encore en petites quantités.

Ils sont trois à en tenir les rênes: Jeff Arendt, Jo Studer et Georges Eischen, qui ont succédé simultanément en 2011 à leurs pères respectifs, fondateurs de la société. Un exemple assez unique de transmission, quand on sait tous les problèmes qu'une succession peut engendrer.

Mais les patriarches n'ont pas élu domicile sous les cocotiers: ils sont là tous les jours pour continuer à suivre les affaires. Avec un peu de nostalgie, sans doute, en pensant à l'épicerie fine qu'ils reprirent ensemble dans la Grand-Rue de Luxembourg en 1969.

Sans successeur, les sœurs Weber avaient remis leur affaire aux trois

L'épicerie fine des débuts s'est transformée en machine logistique

THIERRY NELISSEN - tnelissen@le-jeudi.lu

entrepreneurs, Georges Arendt, Camille Studer et Michel Eischen. Ces deux derniers avaient fait leurs classes chez Cactus.

Rapidement, le courant passa plutôt bien avec les professionnels de la restauration, qui se voyaient proposer un service de livraison et avaient l'assurance, avec l'augmentation des volumes, de pouvoir offrir des produits toujours plus frais.

Bientôt 50.000 m²

Au fil du temps, La Provençale a donc connu un développement quasi exponentiel. Elle a abandonné le détail pour le service aux professionnels et ouvert au sud-ouest de Luxembourg, dans la zone industrielle Grasbësch, un centre logistique et des entrepôts baptisés «Halles de Luxembourg». Les installations occupent aujourd'hui 25.000 mètres

carrés, une surface qui va doubler dans les prochaines années, avec la construction de nouvelles unités abritant un nouveau service d'expédition, de nouveaux espaces de réfrigération et de congélation, et une boucherie trois fois plus grande que l'actuelle.

L'investissement qui reste à réaliser se monte à plusieurs dizaines de millions d'euros. Oublié, l'important incendie de 1992 qui mit la société en péril.

Avec ses 200 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel, et un payroll qui dépasse les 800 salariés, La Provençale ne respire pas la crise.

«La restauration crée toujours des emplois au Luxembourg et elle recrute, insiste Georges Eischen. Pour l'instant, avec un pouvoir d'achat plus confortable que dans les pays voisins, le Luxembourgeois accepte toujours de mettre un prix

correct pour une nourriture de qualité.

Mais la structure des dépenses évolue: nos concurrents, finalement, c'est aussi le GSM, l'Ipod, les vacances...»

Si l'omniprésence des camions de la société peut faire croire qu'elle occupe une sorte de monopole... cela fait sourire Georges Eischen: «La concurrence, elle est partout. La nourriture, on en vend à tous les coins de rue. Nous avons des dizaines de concurrents, plus petits ou plus gros que nous.

Ce qui fait notre différence, c'est le service et la qualité. Nous répondons 24h sur 24, sept jours sur sept. Quelqu'un qui nous appelle le soir aura son colis à cinq heures du matin. Les produits que nous proposons sont de bons produits. Nous n'allons pas distribuer une entrecôte taillée dans une vieille vache laitière, ou une mangue arrivée par bateau aussi dure qu'une pierre... Ajoutons-y un personnel de qualité, qui n'est pas pressé de quitter l'entreprise: nous avons énormément de gens qui comptent 20 à 30 ans de maison. Et qui peuvent tous les jours voir le patron: c'est important.»



La capacité de stockage, frigorifique notamment, va bientôt doubler.

Photo: Pierre Matgé

A LA HAUSSE

1969: Ouverture au centre-ville de Luxembourg d'un magasin de vente au détail de spécialités alimentaires.

1970: La Provençale devient fournisseur de la Cour.

1972: Après celui d'Hollerich, le marché de Bonnevoie consolide l'activité de grossiste.

1979: Les trois sites de l'entreprise sont rassemblés près de Leudelange, sous l'enseigne «Halles de Luxembourg»

1990: Construction d'un entrepôt «cash & carry» de 18.000 m².

1998: Nouvel agrandissement pour permettre de traiter jusqu'à 1.500 commandes quotidiennes.

2012: A moyen terme, les surfaces des Halles doivent passer de 25.000 à 50.000 m².