

Meet our Members



— CK GROUP —

Healthy people, healthy business

TEXTE Corinne Briault

PHOTOS Emmanuel Claude / Focalize et CK Group

Créé en 1946 par Charles Kieffer, CK Group est actif dans deux secteurs d'activité : l'accompagnement business des entreprises (CK Office Technologies) et le bien-être sportif (CK Sport). Pionnier dans bien des domaines, le groupe qui a su conserver son esprit familial, compte aujourd'hui plus de 200 collaborateurs.

(Visite du 07 janvier 2022).

Charles Kieffer, le fondateur du groupe qui aurait fêté son centième anniversaire en 2021, débute ses activités avec la photographie. Visionnaire et homme d'affaires hors pair, il introduit en 1948 au Luxembourg le premier copieur par procédé transfert (négatif + positif + bain). Un premier magasin dédié à la photographie est ouvert à Esch-sur-Alzette en 1966. En 1970, Charles Kieffer investit dans le microfilmage de documents et compte parmi ses premiers clients l'ARBED, CECA, les Archives de l'État ou la Bibliothèque nationale. En 1976, il importe en exclusivité au Luxembourg la marque Minolta Copieurs. Parallèlement, il ouvre d'autres magasins photo à travers le pays. La philosophie de Charles Kieffer « *un esprit sain dans un corps sain* » l'amène à ouvrir en 1980 le Sportcenter de Kockelscheuer. En 1993, le Groupe CK reprend le Fitness Center à Esch-sur-Alzette. Au début des années 2000, toutes les activités du Groupe sont rassemblées au CK Business Center à Leudelange, puis en 2012, 2016 et 2019, d'autres Fitness Centers sont ouverts à Mersch, à Junglinster et Bertrange / Strassen. Le groupe se dote alors d'une nouvelle identité en 2019 avec 2 marques : CK | Offices Technologies et CK | Sport & Fitness, qui se rejoignent sous la devise actuelle « *healthy people, healthy business* », inspirée des idées novatrices de son fondateur. Rencontre avec David Gray, General manager et Laure Elsen, General manager - Marketing & Finances.



01



02



03



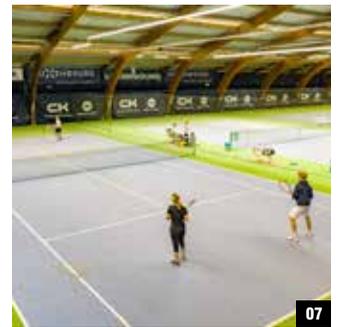
04



05



06



07

01. (De g. à dr.) Tom Frisch, general manager —Administration; Suzette Elsen - administrateur-délégué, CK Group; Carlo Thelen, directeur général, Chambre de Commerce; Josy Frisch - general manager - Business operations; Laure Elsen - general manager - Marketing & Finances; Bernard Hugo, general manager - Services et David Gray, general manager, CK Group.

02. 03. 04. 05. 06. 07. Fondé en 1946, le groupe est actif dans deux domaines d'activité dissociés en deux marques: CK | Offices Technologies (solutions bureautiques: vente de matériel bureautique tels que photocopieurs; imprimantes petit et large format; matériel audiovisuel; solutions de scanning, IT; digitalisation) et CK | Sport & Fitness (avec des complexes sportifs pour tennis, badminton, squash, bowling, salles de fitness...).

Sur quels projets travaillez-vous actuellement ?

Historiquement, notre société est active dans le domaine du copieur. Elle est devenue aujourd'hui experte dans l'accompagnement digital des entreprises et l'amélioration de l'expérience de travail. Sur tous ces sujets touchant à l'environnement IT (logiciel, matériel, stockage...), nous poursuivons notre développement en essayant de gagner encore des parts de marché et évidemment, le service après-vente représente une grosse part de notre activité. En 2021, nous avons posé les bases de nos grands chantiers à venir touchant aux besoins de digitalisation et de traitement de documents des TPE et PME afin de leur apporter les solutions adéquates. Le télétravail a rebattu les cartes ces derniers mois et nous souhaitons apporter des solutions adaptées à ce mode de travail aux entreprises et salariés afin qu'ils aient des solutions pour accéder à leurs données ou imprimer leurs documents où qu'ils soient. Pour tout ce qui touche les environnements mobiles connectés, l'externalisation des processus, le traitement documentaire, nous proposons les dernières tendances et technologies, conseillant et guidant au mieux nos clients en leur ouvrant la voie de

l'innovation. Notre département audiovisuel, qui a beaucoup grandi ces dernières années, tend quant à lui à développer ses offres tournées vers l'affichage dynamique. Enfin, pour la partie sportive, nous lançons un centre dédié à la pratique du padel, qui aura sa propre académie, accessible à tous, du débutant au professionnel, et toute l'année.

Votre plus grande fierté ?

Avoir réussi après tant d'années à rester une entreprise familiale et à conserver cet état d'esprit qui nous est cher tout en ayant su nous adapter à des marchés en constante évolution dans des secteurs d'activité très différents.

La dernière fois que vous avez douté ?

Depuis le début de la pandémie, le doute fait partie de notre quotidien! La Covid rend tout incertain. La raison d'être de notre entreprise est le service au client. Nous n'avons pas d'autre choix que de tout mettre en œuvre pour nous adapter à la situation pour que ce service rendu continue d'être le meilleur qui soit.

Avoir un esprit d'entrepreneur, c'est quoi, pour vous ?

Se réjouir tous les jours des défis et challenges

à relever, même si c'est parfois difficile. Rester curieux, optimiste, réaliste et passionné par ce que l'on fait, mais ne pas oublier de se remettre aussi en question de temps en temps.

Avez-vous ressenti un impact de la crise sanitaire sur votre activité et que pensez-vous que la Chambre de Commerce pourrait faire pour vous soutenir ?

La crise nous impacte à plusieurs niveaux. Tout d'abord, la pénurie mondiale de certains composants ralentit les chaînes de production surtout dans le domaine IT et rend parfois très compliqué le fait de tenir les délais. Puis au niveau des structures sportives, les changements constants de directives et de protocoles sanitaires sont très difficiles à suivre et demandent des investissements significatifs. Ces deux points impactent la satisfaction de nos clients également. Cela donne parfois le sentiment que cette crise est gérée dans l'immédiateté. La Chambre de Commerce pourrait créer un système de consultation participative avec les entreprises et le gouvernement afin de proposer des plans de gestion de crise adaptés à différentes situations, ce qui permettrait aux entreprises d'anticiper et non pas de devoir réagir dans l'urgence au quotidien. —