

Meet our Members



— HOSPILUX —

Objectif santé!

TEXTE Corinne Briault

PHOTOS Emmanuel Claude / Focalize

Fondée en 1950 sous la dénomination Ets Kaufmann, puis transformée en Hospilux Sarl dès 1983, la société est reprise par Claude Bindels en 1997 et renommée Hospilux SA. Dirigée par Nicolas Henckes depuis 2022, l'entreprise est aujourd'hui leader dans le domaine des besoins médicaux et de la technologie médicale au Luxembourg, tant pour le secteur public que pour les particuliers. Elle compte parmi ses clients, des hôpitaux, des pharmacies, des laboratoires médicaux, des maisons de soins et de nombreuses administrations ou institutions publiques ainsi que de nombreuses entreprises. Hospilux travaille avec quelque 400 fournisseurs lui permettant de disposer d'un catalogue de près de 50.000 références. S'appuyant sur une soixantaine de collaborateurs, la société peut ainsi offrir un accompagnement personnalisé, une livraison rapide et un service technique dédié. Entretien avec Nicolas Henckes, CEO.

(Visite du 24 mars 2023).



02



03



04



05



06

01. (De g. à dr.) Sarah Finot, responsable Marketing & Communication, Hospilux; Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce; Nicolas Henckes, CEO d'Hospilux; Anne-Marie Loesch, Head of Sustainability & Business Development, Chambre de Commerce et Edith Stein, Senior International Affairs Advisor, Chambre de Commerce.

02. 03. 04. 05. 06. Avec un catalogue de 50.000 références, et près de 40 années d'expérience dans son domaine, Hospilux SA est aujourd'hui le leader des entreprises spécialisées dans le domaine des besoins médicaux et de la technologie médicale au Luxembourg dans le secteur privé et public de santé.

Votre plus grande réussite ?

D'avoir créé et développé Legitech (éditeur juridique luxembourgeois de référence, ndlr) et de voir comment cette entreprise, qui sera toujours « mon bébé », évolue aujourd'hui sans moi. J'espère pouvoir faire aussi bien, voire mieux avec Hospilux dans les années à venir !

Un échec marquant ?

Je vais citer Nelson Mandela : « Je ne perds jamais, soit je gagne, soit j'apprends ». Sur un plan personnel, j'ai connu des échecs marquants, sur le plan professionnel, il y a eu quelques déconvenues, mais rien qui ne laisse de cicatrice indélébile.

Des projets à venir ?

Certainement ! Mais je préfère réserver la surprise à mes concurrents !

Selon vous, qu'est-ce qui vous différencie de la concurrence ?

Deux choses. Un catalogue de produits couvrant des besoins clients très larges

et faisant de nous quasi un one stop shop médical incontournable, puis, une culture du service très poussée. Depuis la pandémie de Covid et actuellement la guerre en Ukraine, nous connaissons des difficultés d'approvisionnement plus ou moins graves, mais grâce à des équipes formidables qui se démènent quotidiennement, nous arrivons toujours à trouver des solutions pour continuer à servir nos clients et par conséquent, les patients.

Votre vision de l'entrepreneuriat ? Un modèle ?

À titre privé, c'est un espace de liberté et de développement personnel. Plus largement, pour moi, l'entrepreneur est comme un cheval qui tire la charrue, il joue un rôle indispensable dans l'évolution sociale et le tissu économique. Je ne peux pas franchement dire que j'ai des modèles, mais plutôt des inspirations ponctuelles qui me permettent de trouver ma propre voie. Les modèles sont très vite dépassés, tout change si rapidement.

Un conseil à donner à un entrepreneur en herbe ?

Fréquenter des entrepreneurs expérimentés issus de tous les secteurs. C'est en frottant des cailloux qu'on fait du feu ! Au fil de mes postes successifs, j'ai beaucoup appris en côtoyant des personnes comme Yves Mersch, Michel Wurth, Nicolas Buck, Jean-Jacques Rommes, Fernand Ernster ou maintenant Claude Bindels.

Quelles difficultés rencontrez-vous actuellement ? Comment les surmonter ?

Outre les problèmes de recrutement qui concernent beaucoup de secteurs actuellement, nos principales difficultés sont liées à la gestion des ruptures de stocks. Cela s'améliore, mais nous ne sommes pas encore revenus à la normale. En attendant, nous tentons d'anticiper, d'avoir une vision stratégique et à long terme des besoins pour pallier les ruptures d'approvisionnement de certains produits. —