

SUCCESS STORY

BENJI KONTZ

DANS LE SILLAGE DE L'HÉRITAGE

Représentant la quatrième génération d'une belle réussite familiale, Benji Kontz conduit aujourd'hui la destinée du groupe fondé par son arrière-grand-père. C'est une belle opportunité, mais également une grande responsabilité que de devoir écrire les pages d'après, ce que Benji Kontz et 165 personnes s'emploient chaque jour à réaliser, pour un succès que ne renierait pas Arnold Kontz (I) lui-même.

Texte : Catherine Moisy - Photos : Emmanuel Claude / Focalize

Est-ce que votre père parlait de l'entreprise à la maison quand vous étiez enfant ? Est-ce cela qui vous a donné envie de rejoindre le groupe familial ?

« Mon père ne parlait jamais de son travail à la maison, mais dès mon plus jeune âge, je lui rendais visite à son bureau. À 10 ou 11 ans, je passais tous les après-midi au magasin de vélos, qui m'intéressaient davantage que les voitures à l'époque. J'y ai travaillé d'abord à l'atelier, puis à la vente. Plus tard, j'aimais participer aussi à l'Autofestival. Cela m'a permis de gagner l'argent de poche pour m'acheter une paire de jumelles pour mon autre passion, l'ornithologie.

Vous continuez de vous engager pour la nature et l'environnement. De ce point de vue, la voiture n'a pas toujours bonne réputation. Comment conciliez-vous les deux ?

« Personne ne peut aujourd'hui imaginer un monde sans mobilité individuelle. Les constructeurs ont heureusement fait énormément d'efforts ces dernières années pour réduire l'impact des voitures sur l'environnement. Tous les secteurs ne peuvent pas en dire autant. La voiture est encore responsable de quelque 13 % des émissions de CO₂ dans le monde. Mais le fait de posséder une voiture n'est pas polluant en soi, c'est

l'usage que l'on en fait qui peut avoir un impact. Chaque automobiliste doit être responsabilisé à ce sujet. Pour les petits déplacements, en ville par exemple, privilégier la marche ou le vélo est une très bonne chose. Par contre, la voiture reste un moyen de locomotion incontournable pour des trajets plus longs, pour se déplacer confortablement en famille, pour accompagner l'individu dans son style de vie dynamique et sportif ou pour simplement transporter des objets encombrants. Sur ces sujets, les différentes fédérations de l'automobile ont des échanges permanents avec le ministère du Développement durable et des Infrastructures. Nous pensons qu'investir dans l'élargissement des routes et la construction de parkings peut aider à réduire les embouteillages et le nombre de voitures qui circulent à la recherche d'un stationnement, et donc contribuer à faire baisser la pollution.

Vous êtes président de l'ADAL (Association des distributeurs automobiles) et administrateur de la House of Automobile (organisation faitière qui rassemble l'ADAL, la Febiac, la Fegarlux et mobiz, ndlr). Que signifient ces engagements ?

« Ces fédérations sont extrêmement utiles, car tous les grands acteurs s'y retrouvent et prennent ainsi certaines décisions rapidement. Par exemple, en ce moment, beaucoup de nos discussions tournent autour de la baisse des émissions et des questions que se posent de plus en plus de clients. Nous avons donc pris l'initiative d'éditer tous ensemble une brochure d'information pour aider les consommateurs à faire le meilleur choix possible entre les différentes motorisations existantes, avec une approche neutre et objective. Parallèlement, nous

avons organisé la formation de 200 commerciaux sur la base de ces mêmes informations. C'est une approche intelligente. Nous mettons de côté les questions de concurrence, dans l'intérêt de tous.

Sur votre site Internet, vous écrivez que le succès de votre entreprise repose sur « la réflexion à long terme et l'action responsable ». Pouvez-vous nous donner des exemples concrets ?

« Par nature, une entreprise familiale, qui n'a pas de comptes à rendre à des actionnaires extérieurs, peut se permettre de voir à plus long terme sans être influencée par la nécessité absolue d'un rendement à court terme. Les décisions sont prises rapidement, mais dans une vision de long terme. C'est ce qui guide nos investissements. Par exemple, nous avons récemment beaucoup investi dans notre site de la route de Thionville à Luxembourg-ville. En 2017, nous avons en plus ouvert une nouvelle concession Jaguar et Land Rover à Niederkorn, qui enregistre un très bon démarrage.

En ce qui concerne le personnel, nous investissons également pour le futur. À titre d'exemple, quand le secteur automobile a traversé des périodes plus difficiles ou de crise, l'entreprise n'a jamais restructuré au niveau des collaborateurs. Nous investissons dans la formation des gens et donc nous préférons les fidéliser. Il y a très peu de turnover. C'est l'une des forces de l'entreprise. Nous pouvons compter sur le personnel et en retour, il peut compter sur nous. ▶

Quelques faits et chiffres

Ventes annuelles : plus de 1.000 voitures neuves et 900 deux-roues ; 25 % des ventes de voitures neuves sont initiées pendant l'Autofestival
Effectif : 165 personnes
3.000 m² d'exposition
Voiture la plus chère : Aston Martin Vanquish (environ 300.000 €)
Voiture la moins chère : Jaguar XE (environ 30.000 €)
Première marque anglaise représentée : Land Rover en 1995
Marque enregistrant la plus forte croissance en 2017 : Jaguar
Nombre de marques automobiles représentées exclusivement : 4

“ Les décisions sont prises rapidement mais dans une vision de long terme. ”



Après des études de droit à Paris
et de photographie à Londres, Benji Kontz
a rejoint l'entreprise familiale en 2005
et en a pris la direction en 2011.



« Nous vendons des deux-roues depuis 100 ans et des voitures depuis 60 ans. Nous savons que nos activités vont connaître encore bien des évolutions et des bouleversements dans les décennies à venir, mais nous avons démontré notre adaptabilité. »

Rencontrez-vous des difficultés de recrutement ?

« D'une manière générale, le recrutement de profils qualifiés est tendu au Luxembourg, pas seulement dans notre secteur. Nous avons l'avantage d'attirer beaucoup de candidatures grâce aux marques que nous distribuons et grâce à notre réputation d'employeur. Ce nombre élevé de candidatures nous permet de sélectionner les meilleurs profils. Nous avons aussi recours à l'apprentissage. Nous formons en permanence 15 apprentis, sur un cycle moyen de trois ans. Nous les formons à nos méthodes et nous les voyons évoluer, et ensuite nous proposons une embauche aux meilleurs d'entre eux.

Depuis 2016, nous avons embauché 75 collaborateurs additionnels. Cela crée une vraie dynamique qui fait plaisir à tout le monde.

Avez-vous l'impression de représenter une nouvelle génération de chefs d'entreprise ?

« En fait, c'est surtout le monde qui change et donc les entreprises et leur management qui doivent s'adapter à ces changements.

Les collaborateurs les plus jeunes ne se gèrent pas de la même façon que leurs aînés. Nous devons faire plus d'efforts pour les intégrer, pour les intéresser. Heureusement, nous avons une grande tradition de formation des jeunes par les anciens et nous pouvons offrir une grande diversité de métiers qui vont de l'artisanat jusqu'à la vente et le conseil. À l'intérieur même de chaque métier, les évolutions sont rapides. Les mécaniciens sont maintenant des mécatroniciens. Ce n'est plus un métier exclusivement manuel. Il faut avoir des compétences informatiques et pouvoir gérer des informations techniques pointues en plusieurs langues. Les vendeurs sont devenus des conseillers commerciaux, qui doivent avoir des compétences en finances. Cela nous oblige à former les gens en continu. La profession a décidé de mutualiser ses moyens pour imaginer un véritable parcours de formation et valoriser les métiers de la filière. Ceci dit, les cursus dispensés aux jeunes dans les écoles doivent aussi évoluer. La House of Automobile y travaille avec le monde de l'éducation.

Quels sont les projets de l'entreprise pour l'avenir proche ?

« Notre projet le plus immédiat sera une sorte de retour aux sources, car il concerne l'activité Cycles, qui nous tient beaucoup à cœur. Nous avons fait l'acquisition d'un grand espace dans le quartier de la gare, rue de Strasbourg, non loin de l'endroit où se situait le tout premier commerce de mon arrière-grand-père, Arnold Kontz (1).

Nous allons réaliser des transformations en 2018 et ouvrir par la suite le tout nouveau magasin consacré aux deux-roues. C'est un mode de mobilité qui se développe beaucoup et qui est très innovant, avec de nouveaux matériaux qui rendent les équipements plus légers, comme en aéronautique.

La gamme comprendra des produits pour le loisir ou la compétition, avec toujours un bon rapport qualité/prix. C'est un secteur très prometteur qui mérite un bel espace. ●

www.arnoldkontz.lu