

# SUCCESS STORY

BARBARA BRECKO

## « LUXE, CALME ET VOLUPTÉ »

Les mots de Charles Baudelaire s'accordent bien avec l'univers créé par Barbara Brecko dans ses centres d'affaires Ginkgo, dont le premier a ouvert ses portes en 2013. Chacune des adresses de l'enseigne propose des postes de travail ou des salles de réunion, ponctuels ou réguliers, à une clientèle de professionnels exigeants, dans des espaces cosy et fonctionnels, assortis d'une panoplie de services.

Texte : Catherine Moisy - Photos : Emmanuel Claude / Focalize

### Pouvez-vous nous raconter votre parcours et la genèse de Ginkgo ?

« Après des études de conseillère en économie sociale et familiale et quelques premières expériences variées, j'ai travaillé 11 ans dans le groupe de conseil en immobilier Auguste Thouard, à Paris. J'y ai occupé plusieurs postes avant d'intégrer Ateac, la filiale du groupe spécialisée dans les centres d'affaires. Pour cette enseigne, je me suis occupée du développement international au Luxembourg, en Belgique et en Espagne, avant de devenir directrice Europe. Après quelque temps, j'ai ressenti un besoin de changement. J'avais deux options possibles. L'un de mes clients me proposait une association pour créer notre propre enseigne de centres d'affaires, et un très grand groupe français m'offrait un poste. J'ai cédé à cet appel-là, mais au bout d'un mois, je l'ai regretté et je suis partie. Et j'ai donc fondé Ginkgo en février 2013, avec un associé actif dans le secteur de l'immobilier, qui nous a fourni notre toute première adresse, l'immeuble du 16A avenue de la Liberté à Luxembourg-ville.

### Pourquoi le Luxembourg ?

« Je suis d'origine messine et j'avais assez mal vécu mes années parisiennes. Je souhaitais rentrer dans ma région et je savais que le Luxembourg offrait un bon poten-

tiel pour le développement d'une activité de centres d'affaires. Il y avait donc une carte à jouer. Je connaissais les offres des confrères de l'époque et je savais quoi proposer pour nous différencier.

### Comment choisissez-vous les immeubles ? Comment évaluez-vous leur potentiel ?

« L'emplacement est primordial, c'est-à-dire la qualité de l'environnement, ainsi que l'accessibilité, les possibilités de transport et de parking qui existent dans le quartier. Le type d'immeuble est important également. Beaucoup de nos adresses, à Luxembourg-ville du moins, sont de style haussmannien, mais c'est une coïncidence, pas une volonté absolue de notre part, même si nous aimons beaucoup le charme, le cachet et l'âme que cela donne à nos projets. Il faut savoir que ce type d'immeuble ne plaît pas à tout le monde et n'est pas adapté à tous les types de clients. Or, pour bien choisir un immeuble et voir son potentiel, il faut se mettre dans la peau d'un client qui recherche des bureaux. Il faut donc imaginer ceux-ci pour les utilisateurs et pas pour soi. Les clients qui viennent vers nous ont une affinité avec les lieux que nous avons choisis et nous disent qu'ils s'y sentent bien. Nous concevons l'aménagement intérieur avant même d'avoir trouvé un occupant, car en fonction de nos choix et de la répartition des surfaces, les coûts

d'aménagement et la rentabilité peuvent varier fortement.

### Est-ce que le succès d'un centre d'affaires repose principalement sur le choix du lieu ?

« Celui-ci est très important, mais il y a également deux autres facteurs essentiels de succès : le personnel et l'offre de services. Les nôtres sont très variés. Cela va de la réception et du tri du courrier à une véritable assistance pour des opérations commerciales ou de marketing, en passant par le standard téléphonique, l'achat de fournitures, des prestations de traduction, la recherche et la livraison de cadeaux ou d'autres tâches qui s'apparentent à de la conciergerie. Pour cela, la sélection de notre personnel et de nos fournisseurs est un point crucial. Le client achète une prestation globale dont la qualité doit être irréprochable à tous les niveaux. Il ne faut pas qu'un détail vienne gâcher l'ensemble.

Un autre aspect très important est celui de la confidentialité, car nous hébergeons plusieurs sociétés dans chaque immeuble. Les imprimantes sont donc sécurisées par un système de badges, notre système informatique est confié à un prestataire labellisé PSF, nous avons toujours recours à la même personne de confiance pour le ménage...

### Trouvez-vous facilement le personnel dont vous avez besoin ?

« C'est de plus en plus difficile. Nous cherchons des gens qui n'ont pas peur de travailler et qui acceptent de toucher à tout, ▶

### Les centres d'affaires Ginkgo Solutions Facilities

#### Luxembourg-ville

- The Corner – 16A, avenue de la Liberté. Ouverture en 2013 sur 250 m<sup>2</sup>.
- The Place – 2, place de Paris. Ouverture en 2015 sur 1.500 m<sup>2</sup>.
- The Avenue – 13-15 avenue de la Liberté. Ouverture en 2018 sur 1.100 m<sup>2</sup>.

#### Esch-sur-Alzette

- Adresse ouverte en décembre 2017 sur 1.100 m<sup>2</sup> et agrandie en février 2019 sur 400 m<sup>2</sup> supplémentaires.

“

Pour bien choisir un immeuble et voir son potentiel, il faut se mettre dans la peau d'un client qui recherche des bureaux.

”



Barbara Brecko a acquis une solide expérience dans l'immobilier de bureaux et la gestion de centres d'affaires chez un des leaders du marché à Paris, avant de créer sa propre enseigne au Luxembourg en 2013, avec l'idée d'apporter quelque chose de différent au marché.



Les centres d'affaires Ginkgo proposent des espaces adaptés aux différents besoins des clients professionnels : travail individuel ou en groupe, réunions, détente, repos, séances de créativité... Les ambiances sont spécialement étudiées en conséquence.

c'est-à-dire aussi bien servir un café à un visiteur que contacter un ministère ou solutionner un problème de plomberie dans les sanitaires... Et ce genre de profil est rare. Ce n'est pas une question d'âge, mais de mentalité. Il faut avoir le sens du service, de la débrouille et du contact.

Évidemment, nous demandons en plus que les personnes sachent parler anglais. J'ai essayé de recruter moi-même en visant des profils de l'hôtellerie. Cela n'a pas toujours donné de bons résultats. Heureusement, j'ai une amie qui a un cabinet de recrutement et qui est aussi l'une de mes clientes. Ainsi, elle connaît parfaitement les besoins de Ginkgo. En fait, il n'y a pas de profil-type. C'est plutôt une histoire de ressenti. Il faut trouver des gens qui aiment rendre service. C'est donc le savoir-être qui prime. Tout le reste peut s'apprendre.

“  
Nous personnalisons les espaces, nos services sont flexibles, nous nous plions aux envies des clients.  
”

### Comment est la concurrence dans votre secteur ?

« Notre univers donne l'impression qu'il est facile d'y entrer. Il y a donc de plus en plus d'offres, venant de professionnels issus de secteurs assez divers, y compris des cabinets d'avocats ou des fiduciaires. De ce fait, la qualité est très variable, comme dans l'hôtellerie.

À côté de cela, il y a la concurrence des acteurs historiques. Ceux-là connaissent parfaitement le métier et ont des offres très au point, mais aussi très normées. Leurs clients doivent répondre à un questionnaire-type et choisir les services sur catalogue. Pour revenir à l'analogie avec le monde de l'hôtellerie, ils sont l'équivalent des grandes chaînes internationales et nous serions plutôt l'hôtel de charme.

Nous personnalisons les espaces, nos services sont flexibles, nous nous plions aux envies des clients. Notre offre n'est pas rigide, mais la plus personnalisée possible. Nous sommes disponibles. Je reste joignable, même en dehors des horaires officiels d'ouverture (8h30-18h, nldr) et il m'arrive de traiter une demande spécifique à distance.

Je reste connectée et j'ai créé un groupe WhatsApp avec le reste de l'équipe pour que nous puissions réagir ensemble si nécessaire.

### Comment assurez-vous la promotion et la commercialisation de vos espaces ?

« Nos espaces sont commercialisés par des agents immobiliers ou identifiés par des courtiers mandatés par des preneurs de bureaux. Je m'investis personnellement dans le développement commercial en m'appuyant sur le réseau relationnel que j'ai construit tout au long de ma carrière. Avoir un réseau est primordial pour se développer rapidement, surtout au Luxembourg, où une bonne réputation peut avoir plus d'impact que la publicité. C'est un marché où il faut être bon sur le long terme pour obtenir des recommandations. À l'inverse, en cas d'erreur, il est très compliqué de se relever car tout se sait. D'où l'importance d'avoir une image solide qui repose sur la satisfaction des clients, que vous ayez acquis celle-ci dans le même domaine ou dans un autre secteur d'activité. J'entretiens ce réseau en organisant, pour chaque ouverture d'une nouvelle adresse, une belle fête à laquelle j'invite clients, partenaires, agents immobiliers, prospects, journalistes, investisseurs... Un peu comme si je les recevais chez moi, dans une atmosphère beaucoup plus familiale que celle de nos contacts professionnels habituels. » ●

[www.ginkgo-solutions.lu](http://www.ginkgo-solutions.lu)