

# VISITE ENTREPRISE

MULLER & WEGENER

## « DE LA PLUME DU SERGENT-MAJOR À INTERNET »

Fondée il y a plus de 100 ans, la société Muller & Wegener est gérée par la quatrième génération de la même famille. Depuis 1901, date de sa création, elle a su évoluer et s'adapter pour être toujours efficiente sur le marché.

Texte : Corinne Briault / Muller & Wegener - Photos : Pierre Guersing

À l'origine de l'entreprise, deux amis d'école : Gustave Muller et Ferdinand Wegener, qui, sur un simple rapport de confiance - car il n'existe alors aucun contrat écrit -, « s'associent » pour créer une entreprise de vente de papeterie en gros. Finalement enregistrée au registre du commerce en 1909, la société installe ses bureaux rue de l'Arsenal à Luxembourg et aménage son dépôt de marchandises dans des locaux en plein centre-ville.

Malgré la guerre et la mainmise de spéculateurs en 1940 sur l'entreprise, Muller & Wegener réussit à faire face et à rebondir grâce au dynamisme des générations héritières des fondateurs

qui récupèrent la société après la Seconde Guerre mondiale. L'entreprise s'installe en 1969 dans un ancien complexe industriel à Hollerich, puis dans ses locaux actuels qu'elle fait construire début des années 1990, rue de Bouillon, toujours à Hollerich.

Au fil des années et suivant le développement du secteur bancaire, la gamme de produits s'étend. Muller & Wegener propose des fournitures de bureau courantes, toutes les fournitures scolaires (pour compenser le manque d'activité des mois d'été), des articles dédiés à la restauration, à l'hygiène, un vaste choix d'emballages et toute une gamme de consommables informatiques.

De l'agrafeuse en passant par les étiquettes laser jusqu'aux serviettes en papier ou toques en papier pour les cuisiniers... la société a ainsi pour clients tant les bureaux que les boulangeries.

Pour répondre aux demandes d'une clientèle toujours plus exigeante et diversifier ses activités face à un fort marché concurrentiel, Muller & Wegener a, cette année 2016, racheté la société Vande Maele, ce qui lui permet de renforcer sa division Printing. Elle propose également des catalogues électroniques personnalisés à ses clients, offre des livraisons personnalisées avec ses propres personnels et dispose d'un service de création graphique.

Entretien avec Catherine Hoerold-Cerf et Manuel Hoerold, co-gérants.

### Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez actuellement ?

« Nous travaillons actuellement sur trois grands projets, qui sont la modernisation de notre site internet, la mise en place d'un système de scanning

pour les préparations des commandes, et le développement de notre division Printing, via une croissance interne et externe.

### Quelle est la réalisation dont vous êtes les plus fiers ?

« Il y a plusieurs choses qui font notre fierté. Nous avons lancé en novembre 1999 le site internet [www.mullerwegener.lu](http://www.mullerwegener.lu), qui nous a permis de réaliser en 2015 un chiffre d'affaires de plus de 7,6 millions d'euros, ce qui nous place parmi les premiers sites luxembourgeois sur le marché B2B.

Puis, nous avons 'mis à profit' la crise de 2008 pour investir dans la mise en place d'un système de management de la qualité, ce qui nous a permis d'être certifiés ISO 9001:2008 en octobre 2010. L'engagement de nos collaborateurs visant à proposer un travail de qualité et la satisfaction de nos clients ont été récompensés par le Prix luxembourgeois de la qualité et de l'excellence en novembre 2012.

Plus généralement, nous avons su nous entourer de collaborateurs loyaux, qui s'identi-



01.



02.



03.

fient aux valeurs et à la culture de notre entreprise et sur lesquels nous pouvons compter en toute situation. Enfin, sur le plan économique, nous avons réussi à garder un niveau de rentabilité raisonnable dans une branche caractérisée par une faible profitabilité et avec peu d'espoir que cette situation ne change à court terme, l'offre de produits dépassant largement la demande.

### Quels sont les grands défis auxquels vous devez faire face dans votre secteur d'activité ?

« Les défis sont multiples. L'internationalisation et la globalisation de nos marchés aboutissent, pour nous, à la banalisation de nos produits et à des demandes incessantes de baisses des prix lors des appels d'offres, des soumissions publiques ou des contrats paneuropéens.

Puis, il faut sans cesse se développer pour atteindre la rentabilité suffisante nous permettant de disposer des ressources nécessaires pour financer les investissements humains, informatiques et immobiliers dont nous avons

besoin pour rester compétitifs. Les prix très élevés dans l'immobilier sont aussi un frein à notre développement. L'investissement dans un terrain de 2,5 hectares, dont nous aurions besoin pour développer nos capacités de stockage, pèsera lourdement sur la rentabilité globale.

De plus, des terrains de cette taille sont quasiment introuvables. Par ailleurs, il nous est très difficile d'attirer et de garder une main-d'œuvre locale et qualifiée. Enfin, un défi majeur sera d'organiser au mieux la transmission de l'entreprise le moment venu.

### Si vous pouviez changer une chose dans votre secteur d'activité, quelle serait-elle ? Que pourrait faire la Chambre de Commerce en ce sens ?

« Ce serait certainement la tendance croissante des entreprises et institutions à gérer les budgets d'une certaine valeur via des soumissions publiques avec des cahiers des charges contraignants. La conséquence pour les PME étant qu'elles sont souvent écartées d'office parce

qu'elles ne remplissent pas certaines conditions minimales du cahier des charges, par exemple les normes ISO 9001, ISO 14001, Emas, etc.

Certaines soumissions, notamment européennes, demandent même des prix fixes pour trois ou quatre ans, sans clause d'adaptation, alors qu'il est quasiment impossible pour nous d'avoir la certitude que nous obtiendrons des prix fermes pour nos achats pour la même période.

Un moyen de nous aider serait de remonter le plafond des budgets à partir duquel il faut lancer une soumission publique. En l'occurrence, nous sommes confrontés à un problème de taille critique qu'il faut atteindre pour disposer des moyens qui nous permettraient d'obtenir plus de certifications et de disposer d'un levier plus important pour négocier des prix fermes avec nos fournisseurs. Dans le monde de la distribution, la taille de l'entreprise est un élément crucial pour négocier avec nos fournisseurs des contrats avec des conditions spécifiques. » ●

### En chiffres



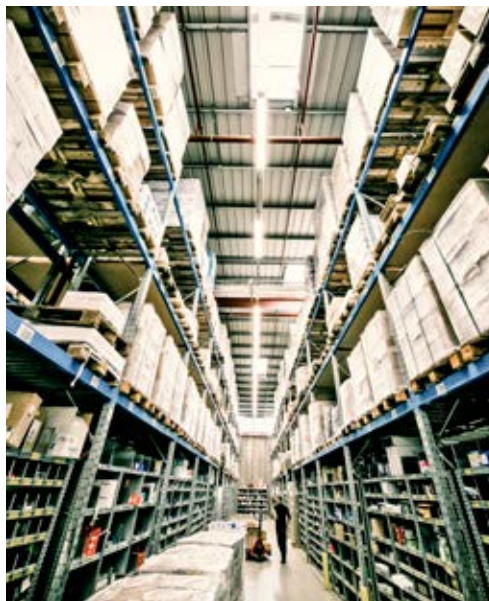
Chiffre d'affaires 2015 : **26,5 millions** d'euros, dont **24 %** pour l'activité emballage, **65 %** pour la papeterie, les fournitures de bureau et scolaires et **11 %** pour l'hygiène et la restauration  
Effectif en 2016 : **98**  
Répartition : **25 %** commercial, **45 %** logistique, **30 %** administratif  
**4.700 m<sup>2</sup>** de stockage  
Plus de **11.000** articles proposés



04.



05.



06.

**01.** Manuel Hoerold, Catherine Hoerold-Cerf, co-gérants, Muller & Wegener; Anne-Marie Loesch, responsable Stratégie et Coordination, Chambre de Commerce, et Carlo Thelen, directeur général, Chambre de Commerce.

**02, 04, 05.** Muller & Wegener propose des fournitures de bureau courantes, toutes les fournitures scolaires (pour compenser le manque d'activité des mois d'été), des articles dédiés à la restauration, à l'hygiène, un vaste choix d'emballages et toute une gamme de consommables informatiques.

**03, 06.** La société compte quelque 11.000 références et propose à ses clients de nombreux services, notamment la livraison personnalisée effectuée par ses camions et chauffeurs.

### L'information continue

Retrouvez toutes les visites entreprises sur [www.cc.lu](http://www.cc.lu)