

# VISITE ENTREPRISE

LUXCADDY.LU

## SUPERMARCHÉ SUR INTERNET

Fondé en 2007, Luxcaddy.lu est né de l'association de deux hommes qui décident de se lancer dans l'aventure du e-commerce via un projet novateur. Aujourd'hui, Jacques Lorang et Georges Kraft, directeurs associés de Luxcaddy.lu, continuent de développer de nouveaux services à des clients toujours plus nombreux.

Texte : Corinne Briault - Photos : Laurent Antonelli / Agence Blitz

Après avoir travaillé pour une société de développement informatique, Georges Kraft et Jacques Lorang se lancent dans l'aventure du e-commerce en fondant leur propre société. Ils cherchent un concept novateur et qui n'a pas encore fait florès au Luxembourg : ce sera le supermarché en ligne. 650 références sont alors proposées et ce sont eux-mêmes qui assurent les livraisons. « Nous avons une expérience dans notre domaine, l'informatique, mais nous avions sous-estimé l'investissement que notre projet demandait et nous

avons dû aussi apprendre beaucoup de la gestion des denrées alimentaires. C'était vraiment tout nouveau et inconnu pour nous ! », plaisante Georges Kraft. Petit à petit, Luxcaddy.lu trouve sa place sur un marché balbutiant. De nouvelles gammes de produits s'ajoutent à celles en ligne et le dynamisme de la société lui permet de connaître une croissance exponentielle depuis ses débuts. Aujourd'hui Luxcaddy.lu compte neuf employés, près de 7.000 références mises en vente et a investi de nouveaux locaux pour pouvoir agrandir son stockage.

« Un point d'orgue est mis sur le fait que nous proposons des produits artisanaux, locaux et frais à nos clients », ajoute Jacques Lorang. Le supermarché internet propose un service traiteur, une boucherie en ligne unique au Luxembourg, des fruits et légumes, un rayon bio avec plus de 400 produits, de la nourriture pour animaux, des surgelés, une vinothèque, des promotions et une gamme papeterie et bureautique... le tout avec un service de livraison gratuit depuis sa création.

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

« Nous venons, il y a quelques mois, de déménager dans les locaux dans lesquels nous nous trouvons aujourd'hui. Ce déménagement a été un gros projet à gérer pour nous, car il fallait déménager nos bureaux et tout notre stock et dans un même temps continuer à assurer les livraisons à nos clients ! Nous cherchons aussi à augmenter les gammes de produits proposés à

nos clients, notamment les produits 'bio' et nous travaillons également avec certaines marques nationales pour devenir leur distributeur exclusif sur internet.

Encore au nombre des projets à venir, nous voulons lancer 'Good Wine'. Un nouveau service où nous proposerons d'importer en exclusivité des vins du monde, nos 'coups de cœur', pour les distribuer via un circuit B2B au Grand-Duché. Enfin, avec une partie de la gamme, nous souhaitons mettre en place Luxcaddy.com, qui permettrait de nous développer en dehors des frontières du Luxembourg. Mais cela demande une certaine logistique et des circuits de distribution en Europe que nous n'avons pas encore. Ce projet verra peut-être le jour en octobre...

### Quelles sont les réalisations dont vous êtes les plus fiers ?

« Les particularités de Luxcaddy.lu qui assurent aujourd'hui son succès sont la gratuité de la livraison, la qualité de l'icône-



01.



02.



03.

graphie en ligne et la gestion automatique des stocks qui est entièrement automatisée et qui a été réalisée entièrement par nous-mêmes, *in-house*. C'est une grande fierté ! Le système gère et s'adapte aux demandes et aux commandes des clients, avec le *live tracking* des camionnettes, les clients sont avertis du moment de la livraison et c'est un vrai plus au niveau du service !

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

« Un des plus grands défis : gérer le personnel ! Nous travaillons six jours par semaine avec une amplitude horaire très large, car nous commençons tôt le matin pour dispatcher les commandes et nous terminons tard le soir car nous assurons les livraisons. Les journées sont longues et chacun doit le savoir. Éviter les erreurs est aussi un défi au quotidien car chez nous, cela peut vite jouer sur le bon déroulement de toute la journée, la gestion des livraisons, voire la

perte des produits frais notamment. Enfin, il y a bien évidemment la concurrence de grands groupes. Il y a quatre ans, nous étions quasiment les seuls sur le marché. Notre défi alors était de sensibiliser la clientèle à cette nouvelle manière de consommer. Aujourd'hui, nous devons faire face à de grands groupes et notre défi est de réussir à proposer un service impeccable pour nous démarquer.

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

« Sans hésitation, le fait de pouvoir livrer nos clients, surtout à Luxembourg-ville, plus aisément ! Contrairement à de nombreux autres pays, le Luxembourg n'a pas encore saisi l'opportunité et tous les avantages de la livraison à domicile. Nous voulons qu'il y ait moins de circulation dans les villes et en même temps, nous ne faisons rien pour simplifier les livraisons professionnelles

dans ces villes avec des places de stationnement dédiées ! C'est un paradoxe !

Puis, il y a le prix exorbitant de l'immobilier pour les entreprises, que ce soit pour les loyers ou pour les ventes. Il est de plus en plus difficile, pour les entreprises de petite et moyenne taille comme la nôtre, de trouver où s'installer, d'autant plus si, comme nous, elles ont besoin de surfaces de stockage et pas seulement de bureaux ! La plupart des terrains sont beaucoup trop chers ou ils sont 'réservés' à de grands groupes industriels. La Chambre de Commerce pourrait jouer les intermédiaires pour discuter de ces problèmes avec les personnes compétentes. Mais nous devons avouer que depuis que nous nous sommes regroupés avec d'autres responsables dans ce secteur, pour créer la Fédération luxembourgeoise du e-commerce, eCOM, nous avons eu des entrevues avec de nombreux responsables pour discuter de ces sujets et les choses avancent ! » ●

### En quelques chiffres :



700 m<sup>2</sup> de stockage  
4 véhicules pour la livraison  
9 employés plein temps  
6.500 références  
Chiffre d'affaires estimé 2015 :  
1,6 million d'euros  
Livraison sur tout le Grand-Duché



04.



05.

01. Georges Kraft, directeur associé de Luxcaddy.lu ; Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce ; et Jacques Lorang, directeur associé de Luxcaddy.lu.

02. Luxcaddy a démarré avec 650 références proposées aux clients. Elles sont 10 fois plus nombreuses aujourd'hui.

03. Produits frais, du terroir, surgelés... Les clients peuvent piocher dans une vaste gamme de produits pour leurs commandes.

04. La société est passée de deux à neuf employés.

05. Les commandes sont préparées tôt le matin et les livraisons s'effectuent toute la journée.

### L'information continue

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