

VISITE ENTREPRISE

GULF LUXEMBOURG

UNE ENTREPRISE QUI CARBURE !

En décidant, début 2001, de ramener la marque Gulf au Luxembourg - d'où elle avait totalement disparu depuis les années 1980 -, deux groupes d'entrepreneurs locaux, l'un constitué par les frères Marc et Mario Reiff et Joseph Meyer, l'autre par Claude Baer et ses associés, écrivent le premier chapitre d'une étonnante success-story. Aujourd'hui, le groupe Gulf Luxembourg ne compte pas moins de 15 stations-service et 350 collaborateurs répartis sur tout le pays.

Photos : Pierre Guersing et Gulf Luxembourg

Le groupe obtient la licence de la marque Gulf pour le Luxembourg le 23 mars 2001, année du 100^e anniversaire de la marque américaine. Cette coïncidence semble avoir été de bon augure, car si Gulf avait totalement disparu du paysage luxembourgeois dans les années 1980, la marque connaît depuis maintenant 15 ans une expansion rapide et soutenue au Grand-Duché. Depuis l'ouverture d'une première station-service à Weiswampach en août 2001, les

associés Reiff, Meyer et Baer développent systématiquement leur réseau au rythme d'une station par an. Aujourd'hui, Gulf Luxembourg dispose de 15 stations-service dans toutes les régions du pays.

Le groupe d'investisseurs luxembourgeois fait ainsi revivre localement une marque qui jouit d'une notoriété mondiale et fut pionnière en matière d'exploitation pétrolière. La société Gulf Oil fut fondée au Texas en 1901 suite à la découverte du puits de

Spindletop. À partir des années 1910, Gulf Oil se distingue de ses concurrents par une série d'innovations commerciales, telles que l'invention du concept des produits marqués et, par la même occasion, des premières stations-service. À partir des années 1930, Gulf Oil étend ses activités à l'étranger en ouvrant des filiales en Europe, au Canada, au Mexique et, surtout, au Koweït, où elle crée en 1934, en partenariat avec BP, la Kuwait Oil Company.

Après plusieurs crises économiques et pétrolières et de changements politiques au Moyen-Orient, Gulf procède en 1984 à une restructuration de ses activités en Europe et s'allie avec Chevron, qui devient l'enseigne commerciale. Il faut attendre le milieu des années 1990 pour voir réapparaître la marque en Europe sous forme de franchises. Grâce à l'initiative des frères Marc et Mario Reiff et de leurs associés, Gulf a aujourd'hui de nouveau une

forte présence au Luxembourg. Une présence que l'entreprise compte bien encore renforcer. Entretien avec Marc Reiff, administrateur délégué de Gulf Luxembourg - Petroleum SA.

Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez actuellement ?

« Comme 2016 marquera le 15^e anniversaire du retour de Gulf au Luxembourg, nous préparons une série d'actions spéciales, en collaboration avec des partenaires tels que Cactus, Post, Loterie, Autopolis, telles que la distribution de tickets *scratch & win* dans toutes nos stations-service à partir de mi-septembre. Nos clients pourront gagner 100.000 lots, dont une Jeep Renegade, un voyage à New York ou encore des entrées pour le festival Tomorrowland. Ces actions seront évidemment soutenues par une grande campagne publicitaire. Nous allons pour l'occasion rafraîchir nos 15 stations-service, tout en



01.



02.



03.

maintenant notre rythme d'ouverture d'une station-service par an. Actuellement, nous préparons le lancement d'une nouvelle station à Junglinster pour janvier 2017.

Le développement de nouveaux concepts pour satisfaire au mieux les attentes de nos clients nous tient aussi particulièrement à cœur. Nous avons, par exemple, lancé dans notre station d'Ettelbruck un restaurant Beef Burger, qui ne sert que de la viande de bœuf de qualité d'origine luxembourgeoise.

Quelle est la réalisation dont vous êtes le plus fier ?

« Le fait que Gulf Luxembourg a réussi en tant qu'acteur national, et donc *local player*, à atteindre une position qui lui permet d'agir à hauteur des yeux des groupes multinationaux. Aujourd'hui, Gulf Luxembourg a clairement trouvé sa place parmi la concurrence internationale et toutes les décisions stratégiques sont prises à

Marnach. Nous sommes aussi fiers d'avoir pu conclure des partenariats solides avec d'autres acteurs nationaux profitant d'une excellente renommée, tels que Cactus, Post, Loterie nationale ou encore Enovos.

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

« Ouvrir une station-service ressemble à un parcours du combattant avec de nombreuses étapes à franchir, d'études à réaliser et d'autorisations à demander. Une fois la station-service lancée, il y a beaucoup d'obligations à respecter, notamment en matière d'environnement, de nuisances sonores et de sécurité routière. Le chemin à parcourir de l'idée jusqu'à la réalisation est très chronophage et demande un investissement financier important et beaucoup de patience. Un autre problème auquel nous sommes confrontés depuis trois ans est la régression générale des ventes de carbu-

rant. Il y a à cela plusieurs raisons : remontée des accises, hausse de la TVA, baisse depuis mi-2014 du 'tourisme à la pompe' suite à la chute du prix du pétrole, mais aussi la mise en circulation de véhicules de moins en moins énergivores. Un dernier défi est posé par l'évolution constante des technologies et des attentes des clients. Il faut s'adapter en permanence et prendre les mesures marketing pertinentes pour affronter tous ces défis.

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

« Il faudrait impérativement faciliter les procédures d'autorisation, soit en les simplifiant, soit en offrant un véritable guichet unique permettant de passer toutes les étapes en un seul endroit et en une seule fois. Idéalement, il faudrait combiner les deux solutions. » ●

Bref historique



1901: Création de la société Gulf Oil suite à la découverte du puits de Spindletop au Texas.

1910: Gulf Oil invente le concept des produits marqués et des stations-service.

1930: Gulf Oil étend ses activités en Europe, au Canada, au Mexique et, surtout, au Koweït, où elle crée en 1934 la Kuwait Oil Company, en partenariat avec BP.

23 mars 2001: Le groupe Reiff-Meyer-Proninvest obtient la licence de la marque Gulf pour le Luxembourg.

29 août 2001: Ouverture d'une première station-service Gulf à Weiswampach.

2002-2015: Ouverture de 14 stations-service Gulf au Luxembourg.

2008: Gulf Luxembourg s'allie avec le groupe Cactus pour l'exploitation des shops des stations-service Gulf. Sept shops Gulf passent sous le label Cactus Shoppi. D'autres suivront.

2016: Gulf Luxembourg fête son 15^e anniversaire avec une grande campagne marketing nationale.



04.



05.



06.

01. Marc Reiff (3^e en partant de la gauche), administrateur délégué de Gulf Luxembourg Petroleum SA, entouré de Patrick Ernzer, directeur Communication (Chambre de Commerce), Jerry Majerus, administrateur, José Bonaventure, directeur Finances, André Thelen, directeur commercial (Gulf), Carlo Thelen, directeur général (Chambre de Commerce), Emile Eicher, député-maire de la commune de Clervaux et Yves Karier (Guichet unique PME du Nord).

02. Gulf Luxembourg dispose aujourd'hui de 15 stations-service dans toutes les régions du pays.

03, 06. En 2008, Gulf Luxembourg s'allie avec le groupe Cactus pour l'exploitation des shops des stations-service Gulf.

04. Carlo Thelen et Marc Reiff, administrateur délégué de Gulf Luxembourg - Petroleum SA.

05. Grâce à l'initiative des frères Marc et Mario Reiff et de leurs associés, Gulf a aujourd'hui de nouveau une forte présence au Luxembourg.