



**zoom**

**GROSBUSCH FRUITS & VEGETABLES**

## GROSBUSCH FRUITS & VEGETABLES

### Entre fraîcheur et esprit familial

Plus de 800 commandes réceptionnées par jour, un volume d'affaires de 30.000 tonnes, 18.000m<sup>2</sup> de surface de stockage et distribution, équipement photovoltaïque, installations digitales de pointe... Ce qui pourrait ressembler à un pur et simple centre logistique est en réalité une caverne d'Alibaba de fraîcheur. Des merveilles légumineuses et fruitées s'entassent organisées dans une kyrielle de compartiments différemment réfrigérés, des senteurs terreuses se mêlant aux parfums exotiques, les filets de pommes de terre côtoyant des caisses de pâtes et de courges superposées, des raretés venues de loin s'empilent à côté de fruits et légumes saisonniers... Chez Grosbusch Fruits & Vegetables, véritable pays de cogue pour les amateurs de fruits et légumes, le visiteur est accueilli par une grande bouffée de fraîcheur et de modernité.

Or, c'est depuis 1917, donc depuis quatre générations, que l'entreprise importe des produits frais issus des quatre coins du monde afin de les distribuer à travers le Luxembourg et toute la Grande Région. Assurant une fraîcheur toujours optimale, Grosbusch s'adresse aux grandes et moyennes surfaces, aux collectivités, aux traiteurs, restaurants, mais aussi aux métiers du secteur agro-alimentaire, comme les boulangers, bouchers ou encore les épiciers. L'excellence est garantie non seulement par le professionnalisme enthousiaste des équipes, par des installations performantes, une rigueur à chaque étape, mais surtout par une connaissance profonde et respectueuse des produits soigneusement sélectionnés auprès des meilleurs producteurs. De plus, les livraisons sont contrôlées avec rigueur quant à la qualité, au calibre, à la maturité ou encore au taux de sucre des produits.

En faisant visiter leur entreprise, René Grosbusch et son fils Goy marchent d'un pas athlétique. Effectivement, l'étendue de la surface impose une petite marche à pas forcé. Les énormes halls à Ellange tout récemment agrandis et modernisés abritent les bureaux, des espaces conviviaux ensoleillés dédiés au bien-être des équipes, le stock, la distribution à grande échelle ainsi que des

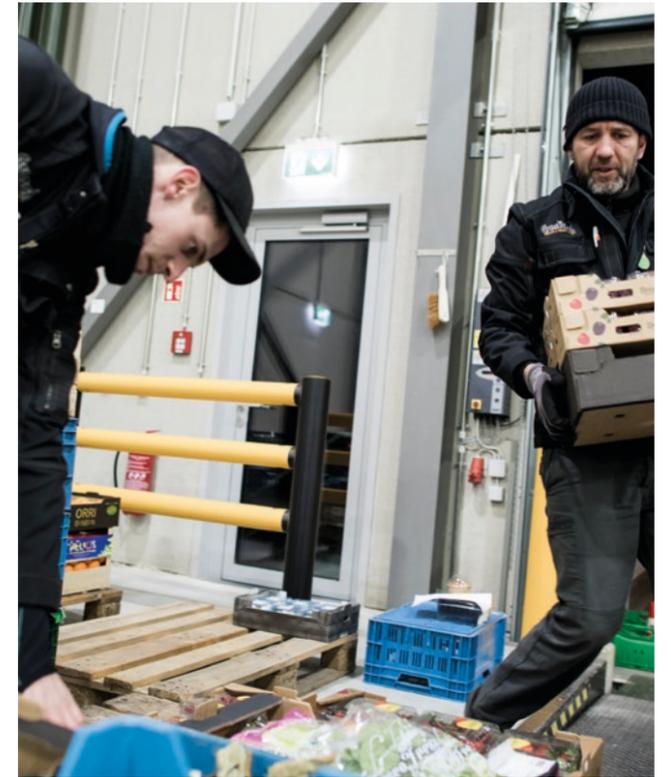
zones fraîche découpe et de préemballage, bref, presque plus rien ne rappelle la toute petite épicerie dont est né Grosbusch si ce n'est cet esprit familial qui fonde toute l'approche de l'entreprise.

Ici, bien que l'on emploie quelque 260 personnes et près de 16 nationalités, on évite la manie des hiérarchies contraignantes : tous se connaissent, on se sourit, on s'entre aide, on vient travailler de père en fils. Tel est aussi le cas en ce qui concerne les clients : la proximité et la familiarité priment. Chez Grosbusch il est encore possible de conclure des deals par une poignée de main.

« Voilà ce qui fait toute la richesse et le fort d'une entreprise familiale », souligne René qui a accompagné l'expérience dès l'arrivée de Grosbusch sur les marchés jusqu'aux premiers clients hypermarché et aux dernières innovations.

Malgré l'énormité de la chose, ce qui importe, c'est ce respect d'une tradition ayant fêté ses 100 ans en 2017 et qu'il s'agit de faire fructifier de toutes les manières possibles. Certes, la responsabilité de perpétuer une histoire centenaire est lourde, mais les héritiers du petit commerce de fruits et légumes s'en sortent plutôt très bien à considérer ce qui s'est fait à Ellange : l'approche conviviale, animée par l'amour pour le produit se place notamment sous une étiquette impeccable que Goy vient de retaper de fond en comble, pour faire de Marcel Grosbusch & Fils, Grosbusch Fruits & Vegetables et aligner toutes les gammes de produits sous un même branding se déclinant sous diverses formes aussi congruentes que catchy. « Ce renouveau - signe externe d'une évolution interne très poussée - a contribué à peaufiner notre 'employer branding', ce qui en fin de compte aide à attirer du personnel motivé », dit Goy qui, à côté de sa sœur Lynn, a finalement choisi de mettre ses compétences au profit du business familial pour aider à le développer.

Que ce soit le vol de la poire de Saint Augustin ou la cueillette de la pomme défendue par Ève, le fruit - tout comme le légume - est depuis toujours histoire de passion, une





#### À PROPOS

Plus de 1.400 produits conventionnels & bio en permanence  
50 camions et camionnettes  
260 employés  
+ de 50M d'EUR de chiffre d'affaires en 2017  
9 certifications  
410 fournisseurs dans 36 pays

[WWW.GROSBUSCH.LU](http://WWW.GROSBUSCH.LU)  
[WWW.GROSBUSCHACADEMY.LU](http://WWW.GROSBUSCHACADEMY.LU)  
[WWW.GROSBUSCHKIDS.LU](http://WWW.GROSBUSCHKIDS.LU)  
[WWW.FRUITATOFFICE.LU](http://WWW.FRUITATOFFICE.LU)

passion que les Grosbusch portent corps et âme : « On a la chance de pouvoir travailler avec des produits qui ont le potentiel d'être adorés par tous, se réjouit René, et il faut juste les proposer de la meilleure façon possible, faire reluire leurs qualités. » Voilà pourquoi, au sein de la zone industrielle à Ellange, le visiteur peut découvrir des projets signés Grosbusch uniques au Luxembourg : premièrement y a-t-il Fruit@Office qui permet aux entreprises d'offrir à leurs collaborateurs chaque semaine un carton rempli plein de fruits, un service qui se décline aussi sous forme de Gift Boxes avec en supplément des amandes chocolatées et de l'huile d'olive.

Comme chez Grosbusch l'on considère qu'un produit de base excellent mérite un traitement à sa hauteur, on a créé la Grosbusch Academy dédiée à la formation et à la professionnalisation des passionnés de fruits et légumes. « Il n'existe pas de formations ou de certifications pour le métier de primeur et comme nous formons déjà nos équipes et les employés de certains clients en la matière, cette académie devrait nous permettre de généraliser cette activité », poursuit Goy Grosbusch.

Mais ce n'est pas tout. La volonté de la famille, fondée sur cet engagement sociétal qu'a toute entreprise, était de réellement faire découvrir ces produits qu'elle aime aux enfants, de leur transmettre la passion pour les produits frais et de leur expliquer, d'une manière ludique, que la cerise ne pousse pas dans le supermarché, de leur faire connaître les bienfaits d'une alimentation équilibrée et de les laisser goûter au parfum exquis du physalis ou du pitaya. C'est ce qui a abouti à la création de Grosbusch Kids, programme de sensibilisation au monde du fruit. Le fruit et le légume deviennent alors éléments d'éducation et de cohésion. À cet effet l'entreprise a construit un auditoire pouvant accueillir plus de 50 personnes et une cuisine professionnelle complètement adaptable en hauteur, de manière à pouvoir servir de zone d'expérimentation aux plus petits. Et, parlant d'enfants, dans le cadre du projet Food4School, plus de 400 écoles primaires et lycées reçoivent quotidiennement des fruits de chez Grosbusch.

À côté de la volonté de poursuivre la digitalisation, l'entreprise se propose d'encourager la production locale non seulement en entamant un projet de plantation d'arbres dans la commune mais aussi en se positionnant comme repreneur garanti des producteurs locaux. Aussi, l'entreprise se donne des moyens pour faire valoir ses capacités sur le marché international et porter le Luxembourg à l'étranger, ce qui est possible par la voie du fret aérien. Décidemment chez la famille Grosbusch, c'est comme si les idées poussaient sur les arbres !

**1917**  
ouverture de  
l'épicerie Jean-  
Pierre Grosbusch  
à Differdange

**1990**  
ouverture du  
dépôt à la Cloche  
d'Or

**2003**  
début du service  
pré-emballé

**2005**  
ouverture du  
dépôt à Ellange

**2008**  
début de Fruit@  
Office

**2010**  
début du service  
Fraîche Découpe

**2017**  
agrandissement  
des surfaces

# Grosbusch®

FRUITS & VEGETABLES



Article :  
**DR. MICHÈLE VALLENTINI**  
Conseillère & Head of Communication auprès de la FEDIL  
[michele.vallentini@fedil.lu](mailto:michele.vallentini@fedil.lu)

Photos :  
**ANN SOPHIE LINDSTRÖM**