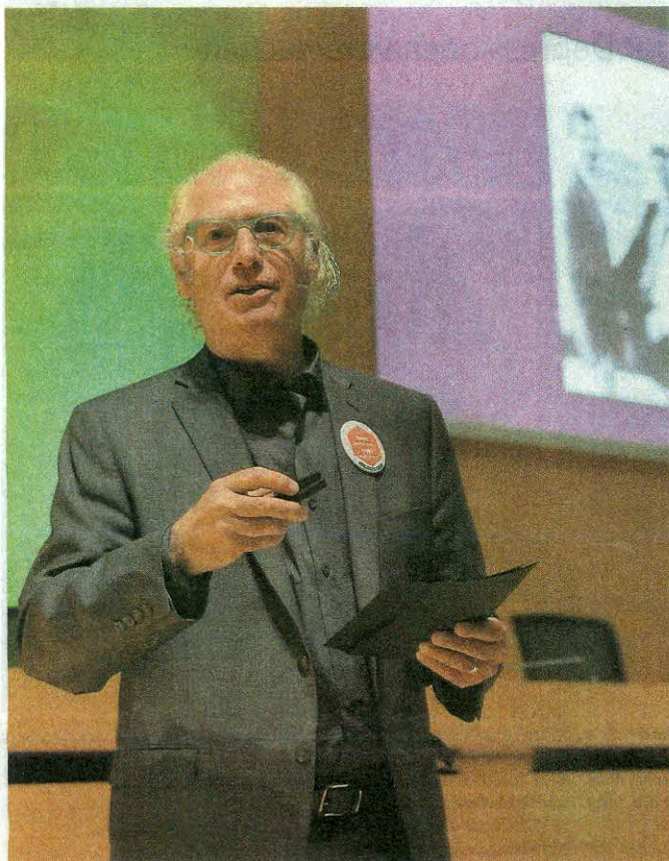


Genèse d'un empire

L'un des co-fondateurs de Starbucks, Zev Siegl, était au Luxembourg mercredi soir pour raconter les débuts de la «success story»



Il insiste sur l'importance des mentors pour les jeunes entrepreneurs

Photo: Editpress / Julien Garroy

Starbucks compte 30.000 établissements dans le monde, dont quatre au Luxembourg

Photo: Editpress

LUXEMBOURG
AUDREY SOMNARD

Comment un géant comme Starbucks a-t-il vu le jour? C'est la question qui a animé mercredi soir la Chambre de Commerce lors des «Entrepreneurs Days». L'occasion de mieux comprendre les débuts d'une marque mondiale que l'on reconnaît facilement aujourd'hui juste de par son logo à la sirène. «Il n'y a rien de plus gratifiant que de créer son entreprise», a expliqué en guise d'introduction Lex Delles, ministre des Classes moyennes, qui a souligné le poids des PME dans l'économie luxembourgeoise. Des PME comme la petite boutique qui a commencé à vendre du café en grains en 1971 à Seattle. C'est après s'être vu offrir trois espressos de piètre qualité à Seattle que Zev Siegl et ses deux acolytes, Jerry Baldwin et Gordon Bowker, ont commencé à parler de l'industrie du café. Aujourd'hui, 30 millions de personnes boivent un café chaque jour, le marché est énorme rappelle le co-fondateur. Après deux mois de recherche, les trois co-fondateurs ouvrent leur première boutique à Seattle en 1971.

Cela n'a rien à voir avec les cafés Starbucks qu'on connaît aujourd'hui. A l'époque il s'agit d'une boutique qui vend des grains de café en vrac: «Nous vendions du café à faire à la maison, avec tout l'équipement nécessaire ainsi que des échantillons pour bien comprendre les différentes sortes de cafés». Mais qu'est-ce qui a poussé Zev Siegl à démarrer sa propre entreprise: «L'argent? Être le patron? Faire les choses bien? Avoir une expérience hors du commun? C'est peut-être un peu de tout ça. Pourtant nous n'avions aucune expérience entrepreneuriale, j'avais seulement au l'exemple de mon oncle qui dirigeait sa propre entreprise, cela m'a sûrement influencé», estime-t-il.

100 millions de transactions chaque semaine

Le succès est au rendez-vous pendant la première décennie, avant que les trois fondateurs ne cèdent leurs parts à Howard Schultz qui comprend en 1983 après une visite à Milan que les consommateurs cherchent à boire leur café en dehors de la maison. Il devient CEO de Starbucks en 1986 et fait progresser la société dans l'empire du café qu'il est aujourd'hui avec près de 100 millions de transactions chaque semaine. Zev Siegl a probablement raconté son histoire des centaines de fois. Mais il est toujours intéressant de mieux comprendre les raisons d'un succès qui repose selon lui sur huit piliers: choisir le bon secteur, au bon moment, s'entourer d'une bonne équipe, trouver des financements, en faire bon usage, avoir un mentor, le marketing et éduquer la clientèle. Pour ce qui est du secteur et du moment, Zev

Siegl ne pouvait pas mieux tomber. Le marché du café est profitable, «les clients sont accros à la caféine, c'est ce qui les fait revenir», raconte l'Américain. Bon moment également puisqu'en 1971 commence une révolution culinaire sur la côte ouest des Etats-Unis, les clients commencent alors à rechercher des produits de qualité, comme les grains de café que Starbucks va vendre alors. Pour ce qui est de l'équipe, Zev Siegl estime que les trois fondateurs se sont parfaitement complétés: «Gordon Bowker était porté sur l'aspect marketing, Jerry Baldwin était un excellent financier et moi je me suis focalisée sur la vente. Très vite nous avons eu six magasins à gérer et quelque 300 grossistes différents, dans les années 80 nous avions 200 employés. Il était important pour nous de construire une relation durable avec nos employés et nos clients».

«Les banques ne nous prenaient toujours pas au sérieux»

Reste le financement, le nerf de la guerre. En 1971, le capital de départ des trois fondateurs est seulement de 900 dollars. Il a fallu s'investir autrement: «Nous avons investi en ce que j'appelle du capital sueur! Nous avons aménagé notre tout premier magasin de nos mains, la peinture, le comptoir, nous avons tout fait nous-mêmes avec l'aide de notre famille et nos amis. Même si nous grandissions lors de notre deuxième année, les banques ne nous prenaient toujours pas au sérieux. Nous avons dû vendre 20% de nos parts à des investisseurs et réinvestir cet argent. Tout cela a été possible grâce à une excellente maîtrise de nos finances, c'est ce qui manque aujourd'hui à beaucoup de start-up».

Ce qui va changer le cours de la vie de Starbucks, c'est la rencontre de Zev Siegl avec Alfred Peet. Ce dernier vendait aussi du café en grains mais à 1.200 kilomètres de Seattle. Le jeune homme décide de prendre le volant pour voir cette boutique et mieux comprendre le business de Peet. Ce dernier se prend

«Les clients sont accros à la caféine, c'est ce qui les fait revenir»

ZEV SIEGL, Co-fondateur de Starbucks

d'affection pour le jeune entrepreneur, lui montre les rouages du secteur et deviendra son mentor pendant trois ans: «Je ne serais pas là si je ne l'avais pas rencontré. Il avait toutes les connaissances nécessaires et il les a partagé avec moi», raconte Zev Siegl qui insiste sur l'importance d'un mentor pour les entrepreneurs. Il y consacrera d'ailleurs une partie de sa carrière puisqu'il accompagne aujourd'hui de jeunes entrepreneurs. Quand on lui demande s'il n'est pas déçu d'avoir vendu ses parts avant que Starbucks devienne un empire, il est philosophe: «Je ne suis pas un leader de grosses sociétés, je suis plus confortable avec les entreprises qui sont à leurs débuts». Avec 30.000 débits de café dans 77 pays, Starbucks a fait beaucoup de chemin depuis sa première boutique de Seattle. ●