

MEW : par un entrepreneur pour les entrepreneurs



Dans les trois lettres de MEW (*Multiple Entrepreneurship Worldwide*) se retrouvent tout le parcours de Marc Ewert et ce qui fait l'ADN de sa société aujourd'hui. *Multiple* fait référence à la variété des expériences de Marc et à sa vision 360° ; *Entrepreneurship* car MEW propose ses services aux entrepreneurs et *Worldwide* car Marc a un background international et beaucoup de connexions à l'étranger dont il peut faire bénéficier ses clients.

[MEW](#) est une **société de conseil** basée sur une approche humaine et pragmatique, qui tire toute sa légitimité des nombreuses expériences de terrain de Marc Ewert, son fondateur. Ayant démarré sa carrière au service d'une société japonaise au sortir de ses études d'ingénieur de gestion, il a très vite parcouru les routes du monde et appris à s'adapter à toute sorte de cultures *business* avant de créer sa propre activité pour mettre cela en pratique et proposer ses connaissances sous forme de conseils. Ses **expériences multifacettes** et forgées à l'école du terrain sont aujourd'hui mises à la disposition d'autres entrepreneurs, dans divers domaines, qui vont de la conception de

produits au lancement de sites de e-commerce, en passant par la construction d'image, la logistique, le merchandising, le marketing ou encore l'exploration de nouveaux marchés ou des possibilités d'exploitation de l'IA.

Pouvez-vous nous parler de votre parcours et de ce qui vous a amené à fonder MEW ?

J'ai fait mes premiers pas professionnels au sein du conglomérat japonais Sumitomo. Basé à Bruxelles, j'étais en charge de la représentation commerciale du groupe pour l'Europe. Ce fut une excellente école. Non seulement la culture japonaise accorde beaucoup d'importance à la rigueur et au professionnalisme, visant toujours l'excellence, voire la perfection, mais en plus j'ai beaucoup voyagé et j'ai été en contact avec des patrons et cadres de très grandes entreprises, toujours très exigeants. Quand j'ai souhaité revenir au Luxembourg, j'ai eu l'opportunité de rejoindre l'entreprise Landewyck qui cherchait quelqu'un pour développer les marchés asiatiques. Le poste a rapidement été étendu au reste du monde. J'ai donc continué à travailler intensivement sur des marchés internationaux. Ensuite, toujours chez Landewyck, j'ai été un des chefs de projet pour l'implémentation de SAP. Cette expérience m'a particulièrement marqué et j'ai découvert à cette occasion que j'adorais construire quelque chose de A à Z. C'est ainsi que **l'envie d'entreprendre** m'est venue assez naturellement. J'avais besoin de m'investir dans la création de quelque chose.

Inspiré par mes années japonaises, j'ai d'abord lancé une activité de fabrication et de vente d'onigiri (*boulettes de riz japonaises, souvent triangulaires, fourrées et enrobées d'algue, ndlr*). Il s'agissait d'une véritable **démarche pionnière**, qui a nécessité d'ouvrir le marché et d'évangéliser les distributeurs, ce qui n'a pas été simple dans un premier temps. J'ai donc commencé par m'appuyer sur les réseaux japonais présents au Luxembourg avant d'élargir progressivement la distribution. Par la suite nous avons développé une gamme d'alcools (e.g. MELLIS et Blind John). Cette expérience d'entrepreneuriat a complété mes expériences antérieures dans des sociétés multinationales. Je me suis dit que tout ce savoir était précieux et que je pouvais le mettre à disposition d'autres entrepreneurs, sous forme de conseils. C'est ainsi que MEW est née, en 2017.



Marc Ewert a développé avec son associé Simone Zanchi, une gamme d'alcools qui est notamment vendue à la Luxembourg House, rue de l'eau à Luxembourg-ville. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)

Vous qui avez connu les deux, quelle est la différence majeure entre le salariat et l'entrepreneuriat ?

Un jour, j'ai entendu quelqu'un comparer l'entrepreneuriat à un saut dans le vide sans parachute et je suis assez d'accord avec cette image. Tous les jours, les entrepreneurs sont confrontés à des situations nouvelles et ils doivent s'adapter sans cesse et travailler dur pour ne pas s'écraser au sol. Le salarié lui, peut aussi rencontrer des situations difficiles, bien sûr, mais il a autour de lui une structure pour l'aider. L'entrepreneur ne peut compter que sur lui-même, sa vocation et sa force de caractère. En même temps, personnellement, c'est aussi cela qui me plaît. J'aime que ça bouge et que chaque journée réserve son lot de surprises.

À qui s'adresse votre offre ?

Nous avons différents types de clients. Il y a ceux qui sont au tout début de leurs réflexions, qui ont une idée mais ne savent pas encore comment la transformer en business. Ceux-là ont besoin de se faire challenger avec des questions précises pour affiner leur vision et leur projet. D'ailleurs, à l'issue de ce processus, certains se rendent compte qu'ils ne sont pas prêts pour l'entrepreneuriat. Mon rôle est de leur présenter la réalité du terrain et quand j'ai des doutes sur le modèle, je le leur dis. Nous les aidons à mesurer les risques, à faire des prévisions réalistes de

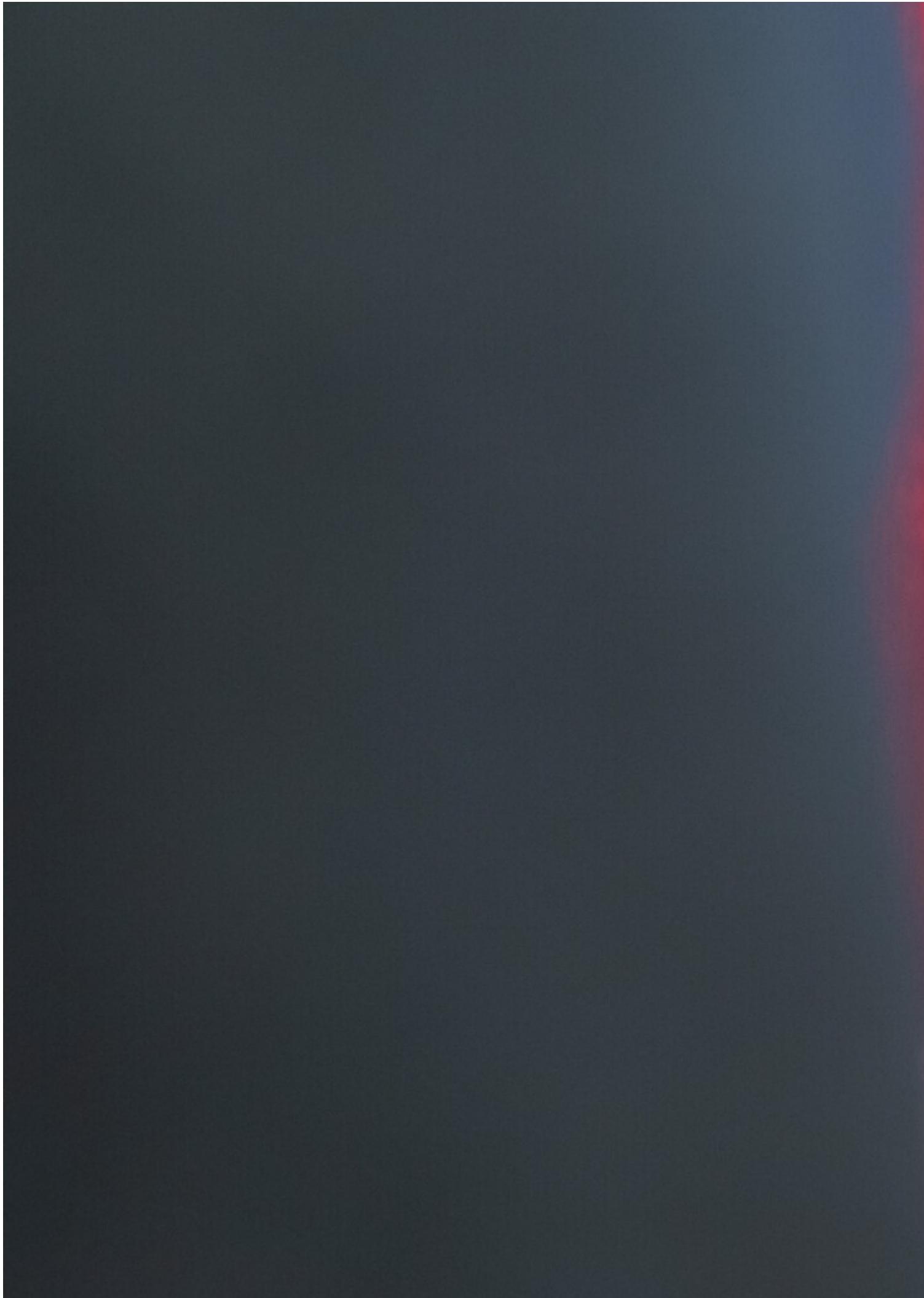
volume de vente et de revenus... Nous avons aussi des clients établis qui nous sollicitent s'ils ont un manque ponctuel de ressources en interne. Pour un lancement de nouveau produit ou d'une nouvelle gamme par exemple, nous pouvons prendre en charge la phase de test sur le marché et les accompagner pour le démarrage. Cela leur évite de recruter une équipe pour un projet dont ils ne connaissent pas à l'avance le succès.

En général, je choisis des projets pour lesquels j'ai un coup de cœur ou avec lesquels j'ai des affinités. Et puis j'aime les **projets un peu inhabituels** qui permettent de construire de belles histoires.

Vous pouvez nous donner quelques exemples concrets ?

J'ai accompagné une mini entreprise de lycéens qui voulaient commercialiser une limonade luxembourgeoise dans le cadre d'un programme des [Jonk Entrepreneuren Luxembourg](#). Je les ai aidés pour le branding, la recherche de fournisseurs, la fixation du prix et la distribution. Ils ont créé une SARL-S l'été dernier et MEW continue à les accompagner.

Une autre belle histoire est celle de notre intervention pour la Fédération Luxembourgeoise de Football ([FLF](#)) qui bénéficie d'un capital sympathie très important de la part du public luxembourgeois. Nous les aidons à **construire un volet commercial** autour de leur marque *Team Roude Léiw*. Jusqu'alors leurs maillots étaient exclusivement réservés aux joueurs, mais il y a de la demande alors nous les avons aidés à construire une gamme textile, en vente dans les magasins de sports. Nous allons élargir cette gamme petit à petit.





TEAM
TROUDE
LÉ/IN

de Léon
Huet

MEW a accompagné l'équipe nationale de football, Team Roude Leiw, dans la conception d'une gamme de produits à ses couleurs. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)

Je peux encore citer notre collaboration avec le ministère de l'Économie pour la ***LuXembourg collection***, qui rassemble les produits à l'effigie de la marque *Luxembourg – Let's make it happen*. En collaboration avec l'équipe en charge de la promotion de l'image de marque, nous avons repensé la gamme d'articles promotionnels afin qu'elle intègre pleinement le savoir-faire local ainsi que la culture et les traditions luxembourgeoises. Au départ, il s'agissait d'une mission ponctuelle pour chercher des artisans et imaginer les packagings mais maintenant nous coordonnons l'ensemble de cette activité. Nous avons également repensé le concept de la [*Luxembourg house*](#) (2 rue de l'eau à Luxembourg-ville) pour en faire une sorte de coopérative où chaque producteur est responsable de son corner.

Nous comptons aujourd'hui plus de 100 produits au sein de la *LuXembourg Collection* et continuons à en développer régulièrement. Ces produits sont commercialisés au Luxembourg, mais également distribués à l'international, notamment via les ambassades luxembourgeoises et les Luxembourg Trade and Investment Offices, qui utilisent ce catalogue dans le cadre de leurs actions de promotion du Luxembourg à travers le monde.

LUXEMBOURG CONCEPT STORE

Willkommen am Luxembourg House Concept Store
Bienvenue à Luxembourg, votre Luxembourgish Home Store
Willkommen im Luxemburger Hause Concept Store
Willkommen im luxemburgischen Hause Concept Store

Willkommen am Luxembourg House Concept Store
Découvrez la qualité de l'artisanat luxembourgeois
et soutenez nos créateurs et producteurs locaux et
nos maisons boutiques dédiées à des produits uniques
provenant des quatre coins du Luxembourg

Willkommen in the Luxembourg House Concept Store
Discover the quality of Luxembourg craftsmanship
of unique local designers and producers by visiting
our store dedicated to unique products from the four
corners of Luxembourg





LSBOURG

LSBOURG
L'art de la mode

24,90

La LuXembourg collection compte une centaine de produits et la gamme s'enrichit régulièrement de nouvelles références. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)

Est-ce que le profil de vos clients a évolué depuis vos débuts en 2017 ?

Ce n'est pas tant le profil qui a changé que le type de demandes. Au début, les clients faisaient appel à nous pour un besoin ponctuel, souvent précis comme le branding, le design ou encore la politique de distribution. Maintenant, on nous sollicite davantage pour un **accompagnement global**, tout au long de la chaîne de valeur. C'est le signe que les clients ont bien compris l'étendue de notre valeur ajoutée. Ainsi, nous parvenons à les fidéliser.

Comment se passe une mission de conseil ? Quelles en sont les étapes ?

D'abord, nous faisons connaissance mutuellement. Nous nous immergeons dans le projet du client et lui comprenons ce que nous pouvons lui apporter. Lors de cette phase, nous voyons si nous validons que nous avons envie de travailler ensemble. Puis, nous faisons une analyse du projet et nous disons clairement au client s'il nous paraît viable ou pas. Si nous pensons qu'il y a du potentiel, nous mettons au point un **plan d'exécution** dans lequel nous nous impliquons personnellement, sans nous contenter de donner des conseils. Par exemple, nous allons sur les lieux de production ou de vente. Il m'arrive d'aller vendre tel ou tel produit sur un marché et d'échanger avec les clients. Rester en **prise directe avec le terrain** fait partie de notre ADN. Je suis aussi très heureux de pouvoir compter sur Simone Zanchi, mon associé, avec qui je partage une vision très complémentaire du métier. Ses expériences passées renforcent notre capacité à répondre aux enjeux complexes de nos clients. Dans l'équipe, nous sommes tous polyvalents même si certains ont un profil plus marketing ou plus informatique. Je tiens à ce que nous puissions tous faire le suivi des dossiers en cours, cela garantit notre réactivité.

Sur quoi attirez-vous le plus l'attention de vos clients ?

Quel que soit le client et son projet, nous le mettons **en face des réalités**. Parfois, il y a un écart important entre les attentes de nos clients, ce qu'ils imaginent possible et la réalité. Nous contribuons à réorienter le projet lorsque cela est nécessaire. Et nous recommandons toujours de construire des fondamentaux solides avant de grandir. Un défaut très répandu est de voir trop grand trop vite. Or, cela fragilise beaucoup les équilibres financiers. Il ne faut pas investir toutes ses ressources trop vite. Cette approche humaine et réaliste crée de la **confiance**. Nous ne vendons pas du rêve ou de fausses promesses de réussite mais des conseils pragmatiques, issus de notre propre expérience d'entrepreneur.

Comment souhaitez-vous développer votre propre business ?

Le conseil 'avancez pas à pas sans brusquer les choses', je l'applique à nous-mêmes. Ainsi, la croissance est plus solide. En revanche, il faut avoir un but, un objectif à long terme, savoir où on

veut aller, pour pouvoir définir des étapes.

Et donc, quelle est votre objectif à long terme ?

À terme, l'objectif est de travailler avec **les marques luxembourgeoises les plus emblématiques** et de devenir un acteur central dans la valorisation et la promotion des produits et des marques luxembourgeoises, aussi bien au niveau national qu'international.