

# LëtzeBurger : un petit food truck en plus



La House of Entrepreneurship de la Chambre de Commerce célébrera dix ans d'existence en octobre prochain. Durant cette décennie, elle a été aux côtés des entrepreneurs à chaque étape de leur parcours en leur proposant sensibilisation, information, accompagnement et mise en réseau. Quelques-uns de ceux-ci témoignent aujourd'hui de leur parcours, montrant ainsi la vitalité entrepreneuriale du Luxembourg, dans de nombreux secteurs et avec des histoires aussi uniques que variées. Dans ce nouveau volet, Félix Clement, co-fondateur de LëtzeBurger, dévoile les dessous d'une aventure commerciale aussi précoce que savoureuse.

Sans réellement en saisir la portée à l'époque, ce qui n'était au départ qu'un simple jeu d'enfants s'est mué en un véritable tremplin entrepreneurial. Co-fondateur de [LëtzeBurger](#), le food truck devenu un poids lourd de la restauration itinérante au Luxembourg, Félix Clement incarne, à bien des égards, la figure moderne du *self-made (young) man*.

**Vous avez lancé votre première activité à 11 ans. D'où vient cette nature entrepreneuriale si précoce ?**

Je n'ai pas reproduit un modèle familial. Ce penchant s'enracine dans une aventure initiée avec des amis d'enfance, sept très précisément. Après l'école à Bertrange, nous étions libres, actifs et souvent dehors. Le point de départ, c'est quand nous nous sommes mis à construire des cabanes. Au fil du temps, nous avons modernisé leur conception pour en faire des lieux plus spacieux. Mais rapidement, nous nous sommes heurtés à cette réalité : pour financer ces constructions, il fallait de l'argent. Dès l'âge de 14 ans, nous avons donc lancé ce qui pourrait s'apparenter à une « micro-société » en proposant nos services à la population. Pour nous faire connaître, nous avons édité et distribué des *flyers*. Nettoyage de voiture, déménagement, jardinage, etc. Nous avons multiplié les petits travaux et constitué une liste de **70 clients**. Je l'ai d'ailleurs conservée...

### **Comment est né le concept LëtzeBurger ?**

Pol (Miller), mon ami et associé, avait remarqué un food truck qui servait des kebabs près de l'école ; il marchait très fort. Cela nous a donné des idées. Nous étions âgés de 17 ans et à ce moment-là, toujours avec ce groupe de sept amis, nous avons cherché à acquérir un food truck. On en a trouvé un en Allemagne, du côté de Sarrelouis. Le camion n'était pas de première jeunesse – il affichait déjà **250.000 km** au compteur ! – mais la cuisine était toute neuve. Il coûtait **35.000 euros**, une somme très importante pour des jeunes mais pas si élevée pour un tel équipement. De nos jours, il faut prévoir **100.000 euros** pour une remorque toute équipée. Nous avons pu compter sur l'aide d'investisseurs, essentiellement de la famille et des amis, ainsi que sur un prêt de [Microlux](#) pour lancer l'affaire. Sans cet organisme de crédit – qui a continué par la suite à accompagner notre développement – nous n'aurions pas rassemblé le capital nécessaire. Le nom LëtzeBurger s'est naturellement imposé. Quant au choix de la couleur bleue, c'est l'idée d'un associé qui suivait des études de design. À priori, le bleu symbolise la fidélité des clients.

### **Le marché du burger est réputé pour être ultra concurrentiel. Qu'est-ce qui vous différencie ?**

Des bons burgers, il y en avait déjà avant nous. Nous ne cherchions pas forcément à nous démarquer de la concurrence mais à trouver notre propre recette. Notre « chance », c'est d'avoir pu profiter de l'aide très précieuse de **Tony Tintinger**. Cette figure incontournable de la gastronomie grand-ducale est une connaissance de ma famille. Il nous a mis en relation avec son bras droit de l'époque, un spécialiste en burger. Pendant deux jours, il nous a formé en cuisine. Mieux encore, il nous a mis en contact avec des fournisseurs, comme la [boucherie Kirsch](#) qui nous livre encore aujourd'hui une viande 100 % luxembourgeoise. Notre pain est également issu d'une boulangerie artisanale du pays. Notre formule est simple et authentique, axée sur le **bon goût** et la qualité de notre terroir.

### **Sauriez-vous dater le moment où votre food truck a pris un virage payant ?**

Le déclic a eu lieu pendant le **Covid**. La vente à emporter a boosté notre chiffre et surtout, elle a permis de nous faire connaître du grand public. Nous n'avions pas ou très peu de concurrence. Pendant ces deux années, nous étions sur le pont tous les jours avec Pol. LëtzeBurger s'est fait un nom durant cette période. Sans la crise, nous ne serions sans doute plus là...





















L'enseigne a bien grandi : elle emploie 45 salariés et réalise un CA annuel de l'ordre de 4 millions d'euros (crédit : Laurent Antonelli / agence Blitz).

(crédit : Laurent Antonelli / agence Blitz)

La signature de LëtzeBurger ? Une viande 100 % luxembourgeoise (crédit : Laurent Antonelli / agence Blitz).

(crédit : Laurent Antonelli / agence Blitz)

(crédit : Laurent Antonelli / agence Blitz)

**Avez-vous déjà envisagé une carrière salariée ou cela n'a jamais été une option ?**

Le salariat, je n'ai même pas eu le temps d'y penser. J'ai directement débuté dans l'entrepreneuriat. À l'exception de Pol qui a poursuivi l'aventure, tous nos autres associés se sont progressivement retirés de LëtzeBurger. Ils ont opté pour les études alors que de notre côté, nous avons insisté. Parce que nous avons la foi et aussi, je dois l'avouer, presque par nécessité : avec les **prêts à rembourser** et les responsabilités, c'était compliqué de faire marche arrière. Pendant de longues années, c'était du 7 jours sur 7 avec Pol, sans résultat probant. La tentation de tout plaquer nous a effleurés, mais nous nous sommes accrochés. Cela porte aujourd'hui ses fruits.

**Aujourd'hui, que représente LëtzeBurger en termes d'effectif et de chiffre d'affaires ?**

Nous employons en moyenne **45 salariés** et réalisons un CA annuel de l'ordre de **4 millions d'euros**. Pour mesurer la progression, il faut savoir qu'en 2018, l'année de nos débuts, ce CA était de **25.000 euros**. Ce développement, on le doit aussi à Paul (Daubenfeld) qui nous a rejoints en tant qu'associé.

« Dans un avenir proche, nous prévoyons d'ouvrir un restaurant au centre-ville de Luxembourg. C'est une demande de nos clients et cela constituerait une sorte d'aboutissement pour nous »

[ Félix Clement, co-fondateur de LëtzeBurger ]

**Jusqu'où voulez-vous emmener LëtzeBurger ? Reste-t-on sur un concept local ou y a-t-il une ambition plus large ?**

Nous souhaitons déjà structurer davantage nos process. L'affaire s'est diversifiée, aujourd'hui on compte **4 food trucks** qui maillent le pays ainsi que **4 remorques** qui développent, chacune, un concept différent : l'une est spécialisée dans les pâtes, l'autre dans les saucisses et les deux dernières sont dévolues aux glaces et aux boissons. Nous nous en servons presque essentiellement lors d'événements privés ou de grands rassemblements publics, comme l'[ING Marathon](#). Dans un avenir proche, nous prévoyons d'ouvrir un restaurant au centre-ville de Luxembourg. C'est une demande de nos clients et cela constituerait une sorte d'aboutissement pour nous. Pour l'instant, nous cherchons le bon local. Comme vous pouvez l'imaginer, les locaux

ne sont pas donnés dans la capitale.

**Sur quels sujets avez-vous été amené à solliciter la House of Entrepreneurship qui fête ses 10 ans cette année ?**

Nous n'avions aucune expérience, elle nous a accompagnés dans toutes les étapes de création de la société et dans de nombreuses démarches administratives, comme par exemple la demande d'autorisation d'établissement. L'aide a également porté sur le **financement**. Leur soutien s'est révélé très précieux, la [House of Entrepreneurship](#) a agi comme une boussole.

**Qu'est-ce qui est le plus difficile dans votre métier d'entrepreneur ?**

Formation du personnel, gestion des commandes, comptabilité, recrutement, fiscalité, etc. Le plus dur pour un entrepreneur, c'est d'être performant dans un large éventail de tâches au quotidien. On contracte également des **prêts**, ce qui induit un gros stress.

**Et à l'inverse, qu'est-ce qui vous procure le plus de satisfaction ?**

Tout simplement le retour de la clientèle. Nous jouissons d'une excellente renommée que l'on a construite nous-mêmes. Aider des personnes, parfois dans la difficulté, à avoir un travail, est un autre motif de satisfaction. Nous avons même permis à des [salariés d'obtenir des papiers en règle](#). Encore aujourd'hui, ils font preuve de reconnaissance envers nous, c'est touchant.

**Si un enfant de 11 ans vous disait aujourd'hui qu'il veut entreprendre, que lui conseilleriez-vous ?**

De poursuivre ses rêves et d'ignorer ceux qui disent : « *Tu ne vas pas y arriver* ». Il faut oser, il n'y a que comme ça qu'on avance.

||