10 ans plus tard, Colors étoffe encore sa palette

En dix ans, Colors Business Center est devenu l'un des acteurs majeurs du coworking et des bureaux flexibles au Luxembourg. Né d'un besoin concret d'accompagner des entrepreneurs internationaux, le concept a progressivement donné naissance à un véritable écosystème mêlant espaces de travail, services et mise en réseau. Avec plus de 1.000 clients accompagnés et dix adresses réparties dans le sud du pays, l'entreprise revendique aujourd'hui une vision du bureau fondée sur la flexibilité, la proximité et l'humain.

Derrière l'aventure Colors Business Center, il y a l'intuition d'un entrepreneur qui a su détecter très tôt l'évolution des modes de travail. Alors que le *coworking* n'en était encore qu'à ses débuts au Luxembourg, Benjamin de Seille a choisi de miser sur des espaces accessibles, flexibles et ouverts à des profils variés. Dix ans après la création officielle de l'entreprise, il revient sur les origines du projet, les principaux enseignements de cette décennie et ses ambitions pour les années à venir, avec toujours le souci d'annoncer la couleur : son offre de service et ses tarifs sont

transparents et sans (mauvaise) surprise.

L'entreprise Colors a 10 ans mais l'aventure a commencé en réalité en 2009. Expliquez-nous.

J'ai fait le début de ma carrière dans le secteur bancaire puis, je me suis reconverti dans la consultance internationale. En 2009, je travaillais pour des clients des pays du Golfe. Certains d'entre eux ont souhaité avoir une présence et un bureau au Luxembourg. J'ai commencé par leur sous-louer des mètres carrés dans mes propres locaux qui étaient surdimensionnés pour moi seul. J'ai ensuite eu l'occasion de louer un bureau à l'Ambassade de Belgique qui était également à la recherche de quelques mètres carrés supplémentaires. En parallèle, je voyais la tendance du *coworking* se développer mais les baux classiques n'étaient pas adaptés et pas assez flexibles pour répondre à des besoins temporaires ou atypiques. Alors j'ai décidé de passer d'une attitude réactive à une attitude proactive et de créer un *business model* autour de cette tendance. J'ai créé officiellement l'entreprise Colors en 2016.

Le nom de votre entreprise n'est pas sans rappeler « United Colors of Benetton » (signature de la marque italienne depuis le milieu des années 1980, ndlr). C'est voulu ?

Une double inspiration, on pourrait même dire aspiration, est à l'origine de ce nom. D'une part je voulais créer quelque chose d'un peu transgressif en opposition au monde de la finance dont j'étais issu et qui, à l'époque, avait encore des codes assez austères. D'autres part, mon offre s'adresse à des entrepreneurs. Ceux-ci sont créatifs par nature et quoi de mieux que la couleur pour symboliser la créativité. Le côté inclusif des campagnes Benetton me plait également, donc je ne renie pas la comparaison.

Quelles difficultés ou opportunités avez-vous rencontrées au début de l'aventure Colors ?

J'ai eu la chance d'avoir plutôt des opportunités. Le marché luxembourgeois est très porteur pour le type de services que nous proposons. Il y a dix ans, trouver un petit bureau avec un loyer inférieur à 1.000 euros par mois était quasiment impossible. Or, l'une des premières choses que l'on demande à un primo-entrepreneur pour obtenir son autorisation d'établissement est une adresse au Luxembourg. Il y avait donc clairement un besoin. Notre offre disruptive de bureaux flexibles et pas chers, est arrivée au bon moment. Le côté « *business friendly* » des politiques luxembourgeoises est pour beaucoup dans notre réussite. Le pays continue d'attirer énormément d'entrepreneurs. Nous avons eu la vague des biotechs, celle des fintechs etc. Maintenant l'IA crée de nouvelles opportunités. Le Luxembourg est véritablement une *startup nation* et nous en bénéficions incontestablement.

La seule difficulté que je vois est d'arriver à maintenir nos tarifs avantageux. Or, ceux-ci sont au cœur de notre offre et ils nous différencient de la concurrence.

Colors

Colors

BÂTIR
SON AVENIR
DEVELOP
YOUR IDEAS
Colors
Business
Center
BIEN
WE
MAKE A
DIFFERENCE
SHARE
JOY ON
FEUERWEHR
STOP
THE FIRE

Colors

Les business centers proposés par Colors sont volontairement colorés pour symboliser la créativité et la diversité du monde entrepreneurial. Ici le site de Differdange. (crédit : Colors)
Les business centers proposés par Colors sont volontairement colorés pour symboliser la créativité et la diversité du monde entrepreneurial. Ici le site de Differdange. (crédit : Colors)
Ici, le site de la rue de l'Industrie à Bertrange. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)
Ici le site de la rue de l'Industrie à Bertrange. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)
Ici le site de la rue de l'Industrie à Bertrange. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)

Quel est votre recette pour pouvoir proposer ces tarifs ?

Nous travaillons sur les coûts. Pour nos locaux, nous cherchons des bâtiments qui ne sont pas *premium*, qui ne sont pas forcément attirants au premier regard et nous y réalisons des travaux pour en faire des lieux très sympas, mais sans luxe. Cela nous permet d'avoir un coût d'acquisition de surfaces très raisonnable. Par exemple, à Dommeldange, nous avons choisi un bâtiment très vétuste que nous avons entièrement transformé et sur lequel nous venons d'exercer notre option d'achat. Pour les travaux, nous sommes fidèles à un entrepreneur qui travaille avec nous depuis le début, auquel nous assurons la majorité de son chiffre d'affaires et qui propose des prix très compétitifs. Il est pragmatique et sais tout faire ! Nous le considérons comme un membre de l'équipe à part entière. Pour le mobilier, nous contactons les *property managers* des grandes entreprises. Ils ont régulièrement du mobilier d'occasion à vendre et cela nous convient parfaitement. 70% de notre mobilier provient de cette source de seconde main.

Vos sites sont majoritairement concentrés dans le sud du pays. Pourquoi ce choix ?

Les bureaux de mon activité de consultance étaient situés dans la zone d'activité de la rue de l'Industrie, à Bertrange. Tout est parti de là. Nous avons progressivement ouvert sept adresses à Bertrange et Strassen. Ensuite, il nous a semblé intéressant de nous rapprocher de la France car de nombreux entrepreneurs du Luxembourg vivent de l'autre côté de cette frontière. Les résidents luxembourgeois apprécient également les localisations qui leur permettent d'être en dehors du trafic congestionné de la capitale. Nous avons donc ouvert Bettembourg et Differdange. Enfin, dernièrement, pour pouvoir proposer une adresse à Luxembourg-ville, critère important pour certains de nos clients, nous avons saisi l'opportunité qui se présentait à Dommeldange. Tous les centres fonctionnent très bien.

Quels enseignements tirez-vous de chaque ouverture ?

Nous nous sommes rendu compte que la typologie des clients diffère d'une adresse à une autre. Bertrange est vue comme une localisation assez centrale et bien intégrée au reste du tissu économique du pays. Bettembourg séduit une clientèle qui souhaite optimiser les trajets domicile-travail en venant de France. Les clients pour lesquels il est important d'avoir une adresse commerciale dans la capitale vont choisir Dommeldange. En fait, nos clients regardent où se

situent leurs propres clients et choisissent en fonction de cela. Je vous donne deux exemples. Un artisan français, actif dans le secteur du bâtiment, qui souhaite développer sa clientèle dans le sud du Luxembourg, souhaitera être proche de la frontière pour optimiser les coûts de transport de son personnel et du matériel. Un consultant IT en revanche, préférera sans doute être plus proche de la capitale où se trouvent la plupart de ses prospects.

Carton / Papier
Cardboard / Paper
Autres déchets
Other waste

DELL
SAMSUNG

Chaque poste de travail est muni d'un coffre fort. En plus de sécuriser les biens du locataire, celui-ci doit obligatoiremet contenir son autorisation d'établissement. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)
Chaque poste de travail est muni d'un coffre fort. En plus de sécuriser les biens du locataire, celui-ci doit obligatoiremet contenir son autorisation d'établissement. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)

Comment est la concurrence dans votre activité ?

C'est un secteur qui se développe rapidement. La location d'espaces de travail telle que nous la pratiquons représente actuellement 6% des transactions de locations de bureaux et le secteur vise une part de marché de 15% d'ici 2030. Sur un marché en expansion comme celui-ci, la concurrence existe mais elle est saine. Il y a clairement de la place pour plusieurs acteurs. D'autant que nous proposons tous des choses différentes en termes de localisation, prix, niveau de service et animation. Les clients comparent les offres et choisissent celle qui est la mieux adaptée à leurs attentes. Le marché se régule de lui-même et ce sont les meilleurs qui restent.

Je suis l'un des membres fondateurs de la *Luxembourg Workspace Association* (LWA). Je suis donc assez bien placé pour voir la diversité de l'offre. Dans notre association, tous les centres sont les bienvenus mais certains ont du chemin à faire au niveau réglementaire car il s'agit d'une profession réglementée. Pour l'exercer, il faut obtenir le statut de Prestataire de Services aux Sociétés et Fiducies (PSSF) qui est indissociable de l'autorisation d'établissement pour notre profession. L'association est là pour aider ses membres à se mettre en conformité avec les exigences de ce statut. Par exemple, le processus AML (*Anti-Money Laundering*) exige de nous que chacun de nos clients hébergés soit clairement identifié et que nous connaissions son activité. Notre métier est donc plus compliqué que la simple location de mètres carrés. Il faut en être conscient avant de se lancer.

La force du concept Colors repose en grande partie sur la communauté des entrepreneurs clients de vos espaces. Que faites-vous pour animer et entretenir l'esprit de communauté ?

L'animation de la communauté est vraiment un élément central de notre proposition, qui contribue à notre succès depuis 10 ans. Toutes les 6 semaines, nous organisons un événement « *tous au bureau* » qui consiste à inviter tous les clients à se réunir sur l'un de nos sites. À cette occasion, les nouveaux locataires se présentent aux autres. La communauté est riche de profils extrêmement variés. Lors de ces rencontres, des connexions se font, souvent riches en opportunités d'affaires.

Tous les jeudis midi, nous accueillons BNI Colors, un événement conçu en partenariat avec BNI Luxembourg, un réseau rassemblant des entrepreneurs et des professions libérales. Nos membres et les membres de BNI peuvent ainsi nouer des contacts précieux pour leurs affaires.

Prochainement, nous allons accueillir notre premier *Café business*, événement de réseautage créé en France en 2021 et qui a maintenant une antenne au Luxembourg ; nous allons aussi accueillir le premier événement du réseau de mentoring entre entrepreneurs EIS (*Entrepreneurs inspiring Success*). Toutes ces initiatives permettent à nos membres d'élargir leur réseau et développent également notre visibilité et notre force.

Comment avez-vous vécu la période Covid pendant laquelle le travail sur site et l'organisation d'événements étaient déconseillés ?

Paradoxalement, cela a été une très bonne période pour nous. Dès que les règles officielles ont été définies, nous les avons appliquées à la lettre et nos espaces ont pu accueillir du public. Notre offre a donc permis à des gens de trouver des solutions pour continuer à travailler et pour rompre leur isolement. C'est aussi une période qui a été favorable à l'entrepreneuriat. Beaucoup de porteurs de projets ont en effet décidé de se lancer à la faveur de ce moment où tout était un peu à l'arrêt.

D'une manière générale, notre offre, flexible et économique, fonctionne plutôt bien en période de crise. Chez nous, les primo-entrepreneurs peuvent tester leur *business model* en ayant une adresse, sans prendre d'engagement sur le long terme et donc en limitant les risques.

Pouvez-vous citer quelques belles histoires qui ont été rendues possibles grâce à Colors et son esprit de communauté ?

L'une de celles qui me rendent le plus fier est la création de la société d'agents IA Datachi, grâce à la rencontre, dans nos murs, d'un informaticien, d'un développeur, d'un commercial et d'un vendeur technique. Tous clients de Colors, ils ont littéralement créé leur entreprise autour d'un café !

Il y a aussi l'histoire de cet électricien fraîchement diplômé et installé, qui a rempli son carnet de commande en 15 jours grâce aux connections établies dans la communauté et grâce aux événements BNI Colors.

Je me souviens aussi d'un client très sympa qui effectuait un préavis de 9 mois dans nos espaces, suite à un licenciement collectif, et qui a retrouvé du travail chez un *coworker* de Colors.

Enfin je ne peux m'empêcher de citer l'entreprise américaine CSC qui a démarré son développement européen à Colors-Bertrange avec deux personnes, avant de connaître une croissance exponentielle. Aujourd'hui, c'est la plus grosse fiduciaire du pays.

Au-delà de ces exemples de *success stories* individuelles, la force de la communauté crée aussi de jolies opportunités. Grâce à la masse critique de nos 1.000 clients, je suis en train de négocier pour eux avec Post des conditions préférentielles et un accompagnement pour l'ouverture d'un

compte bancaire professionnel. Il s'agit d'apporter une solution à un problème récurrent. Du fait de l'explosion de la réglementation de la compliance ces cinq dernières années, les banques font face à une forte augmentation de leurs coûts qui a pour conséquence que les comptes de moins de 40.000 euros ne sont plus rentables. Cela pénalise tous les petits entrepreneurs. Étant moi-même entrepreneur, je suis très sensible à ces difficultés et je suis content de pouvoir essayer de trouver une solution grâce à la force du réseau Colors.

Vos ambitions pour le futur ?

En dix ans, nous avons déjà accompli un beau chemin. En nombre de clients, nous sommes le deuxième acteur du marché des centres d'affaires. Nous allons désormais porter nos efforts sur l'utilisation de l'IA pour développer nos propres logiciels, gagner en efficacité et consacrer plus de temps aux contacts avec les clients. Il est très important d'être à leur écoute et d'avoir une bonne connaissance de leur activité. Ceci fait d'ailleurs partie de nos missions. En tant que PSSF et dans le cadre de la lutte contre le blanchiment d'argent, nous avons la responsabilité de mesurer la substance réelle du business de nos clients.

Par ailleurs, nous sommes toujours à la recherche d'opportunités pour ouvrir de nouveaux centres. Nous avons un nouveau projet à Bertrange, à côté du site de co-labor, qui devrait se concrétiser tout prochainement. Nous aimerions aussi trouver des sites proches des frontières belges et allemandes.

Enfin, depuis 2024 nous avons lancé un nouveau concept à Itzig qui marche bien et que nous allons peut-être développer. Il s'agit de la location d'espaces partagés, appliquée cette fois au stockage. Cette solution est très appréciée des petites entreprises artisanales ou autre, pour entreposer du matériel, des brochures, des échantillons, à partir de 10 m^2 en espace ouvert ou fermé selon les besoins.