



UNE «SUCCESS STORY» BELGE

# STEPHEX BIEN EN SELLE

*Du commerce de chevaux aux «food trucks», en passant par les camions hippiques et les motorhomes de luxe, l'entreprise de l'ancien cavalier belge Stephan Conter connaît un véritable essor. En 25 ans d'existence, le chiffre d'affaires de Stephex a explosé pour atteindre les 60 millions d'euros en 2014.*

**S**urprendre. Captiver. Ne rien faire de «normal». Tel est le mot d'ordre que donnait en juin dernier le grand patron du groupe Stephex à ses forces vives dans le cadre de l'organisation en toute grande pompe de l'un de ses derniers projets en date, le Knokke Hippique. Pour la première édition de ce jumping international de haut vol (cinq étoiles), Stephan Conter — en étroite collaboration avec Paul Gheysens, CEO du promoteur immobilier Ghelamco — n'a en effet pas hésité à déboursier quelque 2,5 millions d'euros pour attirer dans la station balnéaire la plus chic de la côte belge les meilleurs cavaliers mondiaux de saut d'obstacles. La foule s'est déplacée en masse pour assister à ce grand show hippique monté à l'américaine, de nombreux sponsors étaient également présents. Un événement «de prestige organisé dans les meilleures conditions qui soient», se félicite Stéphane Conter. «Knokke-le-Zoute est le lieu rêvé pour faire du jumping en été.

Le climat y est idéal pour les chevaux. Et puis, faut-il rappeler que la Belgique constitue la plaque tournante de l'industrie du cheval de concours hippique. En termes de qualité d'élevages, nous sommes de loin les meilleurs au monde.»

Fort du succès de cette première édition, le CEO de Stephex entend bien réitérer l'événement l'an prochain avec une formule encore plus aboutie. «En 2016, nous entamerons le concours avec quatre jours de compétition cinq étoiles auxquels prendront part les meilleurs cava-

liers mondiaux, expose-t-il. Nous enchaînerons ensuite avec quatre à cinq semaines de compétition deux/trois étoiles, de façon à ce que les cavaliers amateurs puissent également y participer, à l'instar de ce qui se fait déjà à Wellington aux Etats-Unis. Comme eux en hiver, je veux attirer le monde entier chez nous, pendant la période estivale.» Et le même d'insister: «Il est clair que le Knokke Hippique est du même niveau qu'un Gucci Paris Masters ou qu'un Global Champions Tour, mais le concept est différent. Le concept Stephex, c'est avant tout du sport, de la compétition mais aussi du divertissement et de l'ambiance. Le spectateur qui vient au concours doit pouvoir profiter du cadre (plage, boutiques, restaurants, etc.) dans lequel s'implante l'événement. Enfin, il y a la question de l'accessibilité à tous. L'entrée au concours est gratuite. Seule la partie dédiée aux sponsors est réservée à ces derniers. Nous tenons à offrir à chaque quidam la possibilité de découvrir ce merveilleux sport.»

# 100

MILLIONS D'EUROS

*C'est l'objectif en termes de chiffre d'affaires que s'est fixé Stephex pour les deux années à venir.*



**DANS L'ÉCURIE** de commerce de Stephex, des dizaines de chevaux d'obstacles et «hunters» sont disponibles à la vente.

Aujourd'hui, Stephex vend à travers l'Europe environ 140 camions de chevaux par an. Il y a deux ans, elle a lancé un autre produit, les camionnettes deux chevaux. «Nous en vendons annuellement 350 à l'international. Nous sommes désormais leader sur le marché européen. Et nous ambitionnons d'attaquer très prochainement le marché américain à concurrence de 500 camionnettes deux chevaux par an», annonce Stephan Conter qui évoque au passage «l'une des grandes forces» de son entreprise, le service après-vente. «Partout, sur tous les concours, nous avons trois techniciens prêts à (ré)agir, assure-t-il. L'assistance est instantanée. C'est extrêmement important dans le milieu des chevaux car la clientèle est pressée et prend rarement le temps de lire le mode d'emploi.»

### Un marché de niche et une abondante diversification

Camions et camionnettes de chevaux donc, un marché de niche sur lequel l'entreprise s'est largement imposée. «Nous avons repris pas mal de nos concurrents et détenons aujourd'hui 65% des parts de marché européen, déclare le CEO. C'est notam-

ment le cas de la marque Ketterer qui est la Rolls des camions de chevaux, et de la marque AK.» Stephex est ainsi propriétaire des marques STX, Equix, AKX et Ketterer. «Nous appliquons ce que j'appelle la 'stratégie Volkswagen', expose David Delestrée. Nous ciblons à la fois une clientèle d'entrée de gamme et une clientèle de très haut de gamme. Notre ambition est en effet d'élargir le *scope* de clients qui ne savent pas accéder à un STX et qui ont des moyens un peu plus réduits tout en répondant aux attentes de ceux qui ont des moyens très élevés.» Dans ce secteur, c'est le constructeur néerlandais Roelofsen qui reste le principal compétiteur de Stephex. La concurrence est par contre significativement plus forte et plus structurée dans le commerce des motorhomes de luxe, autre activité — très lucrative — de Stephex. «Le prix d'un motorhome de luxe oscille chez nous entre 300.000 et 450.000 euros, dévoile David Delestrée. C'est une activité qui offre de belles marges. Nous en vendons environ 20 à 25 par an sur le territoire européen, essentiellement en France et en Allemagne. Il s'agit là d'une tout autre clientèle (cyclisme, F1). Dans le monde du cheval, la relation commerciale est beaucoup plus directe, voire brutale. Dans l'activité motorhomes, ce n'est pas du tout le cas.»

Le groupe Stephex possède aujourd'hui une dizaine de filiales installées en Belgique et à l'étranger. Une cinquantaine de personnes sont basées à Meise (société mère) contre 350 en Hongrie. Tous ses points de vente sont actuellement localisés en Europe, une usine va être prochainement construite aux Etats-Unis. Stephex est également assureur, est actif dans l'immobilier et possède une société de *renting*. «Aujourd'hui, un véhicule que nous vendons sur deux passe par cette «banque interne»», assure David Delestrée. En septembre prochain, Stephex se lancera dans l'industrie des *food trucks* et visera dans un premier temps les marchés belge, français et espagnol. L'organisation de concours hippiques — dont le premier en date, le Stephex Masters, s'est tenu pour la première fois en août 2014 à Bruxelles — offre une vitrine internationale sans précédent pour Stephan Conter, ses camions de chevaux, ses écuries et ses cavaliers. Un projet dans le secteur du textile est également dans les cartons de l'entreprise. Nul doute qu'on en reparlera.

© ALICE DIVE

### Du cavalier au chef d'entreprise

Né à Ixelles d'un père wallon et d'une mère flamande, Stephan Conter se présente aujourd'hui comme «un vrai ket de Bruxelles». Cavalier depuis son plus jeune âge, il entame la compétition en saut d'obstacles à l'âge de 11 ans pour atteindre quelques années plus tard un niveau national. En 1986, il décide de lancer sa petite entreprise de commerce de chevaux, à Londerzeel. «J'avais plus de talent dans les affaires que comme cavalier, reconnaît l'intéressé. Je montais pour mon plaisir, je me débrouillais «normalement» mais je n'ai pas atteint le top niveau. Je me suis donc lancé dans le business.»

Un an plus tard, la jeune société déménage à Meise pour y racheter un complexe hippique de cinq hectares qu'elle agrandira par la suite. Stephex vend alors plus de 1.200 chevaux par an. En 2005, l'entreprise connaît un tournant majeur lorsqu'elle se lance dans la construction de camions de chevaux. «L'objectif était à la fois de rester sur notre métier de base qu'est le monde du cheval tout en trouvant un vecteur de croissance qui puisse perdurer au-delà de Stephan Conter, seul et unique actionnaire de la société», expose David Delestrée, directeur du groupe. «Jusqu'à alors, poursuit-il, nous faisons environ cinq millions d'euros de chiffre d'affaires. Depuis, Stephex a progressé à un rythme de croissance beaucoup plus élevé pour atteindre les 30 millions en 2012, les 45 millions en 2013 et les 60 millions en 2014. Notre objectif est d'atteindre les 100 millions d'euros de chiffre d'affaires dans les deux années à venir.»



Stephan Conter, CEO de Stephex

PHOTOS: I.P.G.