



Karim El Dana, CEO
sympathique et
clairvoyant, à la tête
d'un groupe familial
qui cartonne.

CONCESSIONNAIRE
TOYOTA & NISSAN,
L'ENSEIGNE EST
PRÉSENTE CHEZ
NOUS À ARLON,
LIBRAMONT
ET MARCHE-
EN-FAMENNE
COUVRANT AINSI,
SUR L'AXE SUD-
NORD, L'ENSEMBLE
DE LA PROVINCE !

MS Motor : deux décennies en Luxembourg belge...

Depuis son arrivée dans notre province, il y a 20 ans, MS Motor s'est construit une histoire, en s'appuyant à la fois sur la nécessaire satisfaction du client et sur une stratégie d'occupa-

tion progressive du territoire. Avec le temps, l'entreprise a donc ouvert de nouvelles concessions, d'abord avec la marque Nissan, puis dans un deuxième temps avec Toyota. Aujourd'hui, le Groupe MS Motor en compte 3 pour chacune de ses marques, soit 6 au total, avec en sus une concession Nissan en province de Namur, où l'entreprise familiale est née, faut-il le rappeler.

C'est en effet là-bas, tout à côté de notre Luxembourg, qu'un certain Said El Dana a fait ses premiers pas dans l'automobile, en lançant une première concession, à l'époque pour la marque Suzuki, à Houyet, en 1983. Cet outil grandira au fil des années, et finira par déménager par la suite à Ciney.

Arrivé dans l'entreprise à la fin des années '90, Karim, le fils, a quant à lui intégré l'outil petit à petit, se moulant à la philosophie maison jusqu'à en devenir partie prenante et, à un moment, principal relais et moteur. Il en résulte toutefois que c'est bien sous l'impulsion du binôme formé par le père et le fils que l'entreprise s'est développée sur l'ensemble de la province de Luxembourg, où elle va vite occuper une place de choix, avant carrément d'en être l'un des leaders.

Précisons que dans un secteur automobile sous tension, avec une volatilité de la clientèle qui ne cesse de s'accélérer, et des investissements colossaux à assumer,

MS Motor tire depuis longtemps son épingle du jeu. L'entreprise familiale le fait avec intelligence et doigté, à l'appui d'un management proche du terrain, avec aussi un outil de proximité éprouvé qui se compose, on l'a dit, de trois sites bien répartis géographiquement en Luxembourg belge, sur l'axe Arlon-Libramont-Marche, ce qui a fortement contribué à son succès ces récentes dernières années. Une réussite qui se vit au quotidien dans les chiffres de vente, au point de lui valoir même cette année un titre envié d'ambadrice des Supergazelles, récemment remis par le Trends-Tendances...

Ce trophée, que l'entreprise vient donc juste de recevoir, récompense - à l'occasion des 25 ans du Prix Gazelles - l'entreprise qui a enregistré la plus forte croissance en un quart de siècle. Pas mal, n'est-ce pas ? D'autant qu'à l'ère des concentrations dans le milieu de l'automobile, voilà un prix qui salue également une vraie aventure entrepreneuriale partie du terrain, avec un fils réellement à la guidance et un père qui, à 83 ans, vit encore le quotidien du Groupe en se rendant chaque matin sur l'un des quatre sites.

Pour les avoir rencontrés, on sent le sentiment de fierté qu'éprouvent les deux hommes qui sont heureux d'avoir construit ensemble, en quatre décennies de labeur acharné et d'engagement humain et financier, un Groupe à ancrage familial et local, qui emploie aujourd'hui une cinquantaine de collaborateurs, lesquels contribuent au quotidien, avec leurs compétences et volontés, au succès de MS Motor. L'occasion pour nous de saluer le bel itinéraire et de revenir sur une histoire d'entrepreneuriat comme on les aime, simple et vraie, avec son sympathique et clairvoyant CEO, Karim El Dana. Visite...

Entreprendre aujourd'hui : Avant d'être une réussite économique et commerciale, MS Motor est - d'abord et avant tout - une histoire familiale et locale. Vous êtes forcément d'accord...

Karim El Dana : Tout à fait, je dirais même que l'un va avec l'autre... Concrètement, tout a commencé au début des années 1980, lorsque mon père décide de venir en Belgique - où vivent ses beaux-parents - pour que notre famille passe quelques mois ici alors que la guerre fait rage au Liban, le pays dont il est originaire. Finalement, la vie va en décider autrement. Nous resterons ! Ce qui explique le parcours de mon père dans le milieu automobile. Auparavant, il s'occupait déjà de chevaux... mais de jumping ! Et puis, il s'est lancé dans un métier où comptent d'autres chevaux et a ouvert une concession automobile à Houyet, où ses beaux-parents possédaient une maison de campagne.

EA : N'est-ce pas là l'origine de votre nom ?

Karim El Dana : Si, vous êtes bien renseigné ! En fait, la touche familiale commence à ce moment précis puisque le nom de l'entreprise, MS Motor, fait écho aux prénoms de mon grand-père maternel et

de mon père, associés. Avec un « M » pour Maurice, autrement dit pour le papa de ma maman, et un « S » pour Said, qui est le prénom de mon papa, deux lettres nous liant à nos racines, auxquelles a été adjoint le terme Motor, qui caractérise le métier qui est le nôtre. L'entreprise lancée par mon père, en 1983 donc, va d'abord se développer dans la province de Namur, avant d'atterrir ensuite à Ciney. Je précise que si nous nous sommes surtout implantés en province de Luxembourg, nous sommes toujours actuellement présents sur le namurois, avec une concession Nissan, implantée à Erpent.

EA : Vous intégrez, vous, progressivement l'entreprise à la fin des années '90, peu avant que sa croissance ne commence véritablement, dans les années 2000, avec votre arrivée à Marche-en-Famenne...

Karim El Dana : Absolument, tout est parfaitement juste. C'est en 2006 que nous nous implantons à Marche-en-Famenne. Un choix judicieux en un endroit-phare ! Un pari audacieux qui s'est avéré visionnaire et porteur. Je me rappelle, à l'époque, les réunions que nous tenions avec le bourgmestre, André Bouchat, et notre architecte. Nous

étions alors parmi les premières sociétés à nous installer sur le zoning du WEX qui s'est bien étoffé depuis.

EA : Vous parliez de choix audacieux, votre bâtiment à l'époque l'était tout autant...

Karim El Dana : Oui, d'où les réunions nombreuses. Au final, nous avons construit notre premier bâtiment qui se caractérise par une vague dans son aspect. Je pense qu'esthétiquement c'est une réussite qui a donné un caractère à la construction, et a donné le ton à notre aventure. Il a d'ailleurs été complété, quelques années plus tard, par un second bâtiment, également avec cette vague caractéristique. Le tout avec, au milieu une tour sur laquelle trône une voiture. Je vais vous dire... nous sommes super contents d'avoir écouté le bourgmestre car nous disposons, en définitive, d'un bâtiment à la fois beau et original, qui est devenu notre siège social et qui regroupe l'ensemble des bureaux du groupe.

EA : C'est donc au départ de Marche-en-Famenne que vous allez initier votre expansion ?





Karim El Dana : Disons que c'est à partir de cet investissement, sur le site de Marche, que les importateurs Nissan et Toyota nous proposent de faire un pas complémentaire avec un développement sur toute la province. Concrètement, ils souhaitaient renouveler leurs partenaires et consolider. C'était le moment où ils diminuaient le nombre de contrats pour ne plus conserver qu'un interlocuteur par province. On parlait alors déjà de zone de chalandise. Nous étions prêts et décidés. Nous avons donc choisi d'avancer avec eux. Le premier développement s'est d'abord fait avec Nissan, ensuite ce fut au tour de Toyota...

EA : Actuellement, vous êtes donc présents sur un axe qui s'étire de Namur à Arlon, en passant par Marche et Libramont. Vous couvrez, dans les faits, l'ensemble de l'espace provincial, à l'exception du carrefour bastognard ! Une volonté ?

Karim El Dana : Dans notre politique de développement, Bastogne faisait partie de la stratégie... mais il faut parfois revoir ses choix en fonction des résultats du terrain. En 2013, nous avons en effet ouvert sur Bastogne, puis Arlon en 2017 et, enfin, Libramont en 2020. Nous avons ensuite fermé Bastogne, et nous nous sommes davantage concentrés sur Libramont, qui connaît depuis 10 ans un véritable boom. Qu'à cela ne tienne, nous sommes toujours aujourd'hui, en province de Luxembourg, les seuls concessionnaires Nissan et Toyota. Et notre positionnement nous paraît être le bon. À Marche, nous touchons également les provinces de Namur et de Liège. Libramont est, pour sa part, une place vraiment centrale. Quant à Arlon, on doit constater, avec une certaine satisfaction, que la zone de chalandise s'étend au

Grand-duché, à la France et même un peu à l'Allemagne.

EA : Chacune de vos implantations demande une approche spécifique ?

Karim El Dana : C'est le cas, en effet. On ne s'adresse ainsi pas tout à fait de la même manière à nos clients selon que l'on est à Marche, à Libramont ou à Arlon. En outre, les besoins et demandes de la clientèle varient sensiblement. C'est pourquoi nous sommes convaincus que la proximité avec le client est - et reste - essentielle, pour ne pas dire capitale, dans notre métier.

EA : C'est un de vos engagements...

Karim El Dana : On peut le dire... Je me déplace d'ailleurs de région en région tous les jours. Je me fais un point d'honneur d'être régulièrement, voire quotidiennement,

dans les concessions à l'écoute des équipes et des clients. Je pense qu'il est important de rester flexible, proche et impliqué dans les réalités de nos équipes et de nos acheteurs. Dans les faits, surtout de nos jours avec les regroupements du secteur automobile, nous sommes un petit groupe... dont la taille est un atout. Avec notre structuration familiale et notre approche de proximité, nous sommes très agiles.

EA : Une force ?

Karim El Dana : Oui, c'est sans doute ce qui fait notre force. L'agilité est primordiale dans un secteur qui évolue très rapidement. Jadis, on pouvait avoir des objectifs à 10 ans, puis à 5 ! Maintenant, bien malin celui qui peut savoir où l'on en sera dans 3 ans. L'avantage est que l'on a un management linéaire et pas pyramidal. MS Motor est donc très réactif. Si un client a un souci, on répond rapidement. Chez nous, les clients ont un nom et ne sont pas des numéros. Nous sommes aujourd'hui également très attentifs aux réseaux sociaux, que gère mon épouse.

EA : Parlons un peu de vos marques. Toyota d'abord...

Karim El Dana : C'est le premier constructeur mondial et une marque incroyable. Ils ont réussi à garder une gamme qui va de la petite voiture au gros pick-up. Ils sont présents dans tous les segments et dans toutes les motorisations. C'est vraiment la locomotive. C'est le top de l'exigence, qui nous pousse irrémédiablement à nous booster en vue de nous améliorer. Qu'ajouter d'autre, sinon de préciser qu'en Belgique Toyota figure dans le top 10 des immatriculations et fête 60 ans de présence cette année dans notre pays.

L'agilité est primordiale dans un secteur qui évolue très rapidement. Jadis, on pouvait avoir des objectifs à 10 ans, puis à 5 ! Maintenant, bien malin celui qui peut savoir où l'on en sera dans 3 ans.

EA : Quid de Nissan ?

Karim El Dana : C'est notre partenaire historique, qui est un peu plus dans la tourmente en ce moment, notamment avec Renault. Maintenant, nous avons toujours cru dans cette marque top qui a des produits de premier plan, comme la célèbre Qashqai, ou encore la X-Trail. Je souligne également que, dans le cadre de cette collaboration, nous avons été élus à plusieurs reprises comme étant le meilleur concessionnaire Nissan BeLux, ce fut le cas en 2013, 2018, 2020, 2024 et 2025. Et, pour Toyota, MS Motor a été élu Fleet Dealer Wallonie 2026.

EA : Le client Toyota est différent du client Nissan ?

Karim El Dana : Le client Toyota est un client très fidèle. Souvent, les parents roulaient déjà en Toyota. Soyons clairs, c'est aussi un produit qui est un peu plus cher que Nissan. En Fleet, on fait les deux marques car Nissan a aussi une gamme utilitaire, avec notamment des camionnettes. Je dirais de manière très laconique que ce sont deux marques fortes qui sont complémentaires. En tout cas, l'association en notre groupe est parfaite parce que voilà bien des marques mondiales qui ne se cannibalisent pas.

EA : Où en est-on aujourd'hui parlant de motorisation ?

Karim El Dana : Grande question ! Soyons pragmatiques : tout est fonction des besoins du client. C'est lui, et j'ai envie de dire lui seul, qui décide de la motorisation qui lui convient. À nous, en toute connaissance des besoins, considérations et attentes dudit client, de nous adapter pour lui proposer ce qui lui convient le mieux, y compris en termes fiscaux. Ainsi, selon l'utilisation qui sera faite du véhicule, selon aussi que notre client est indépendant, en société ou pas, on essaiera toujours de le conseiller au mieux. Généralement, on s'enquiert avec lui de l'utilisation prévue pour le véhicule dans un horizon de 3 à 5 ans. En tant que profes-

sionnels, nous avons un avis lié aux besoins détectés ou suggérés, mais nous sommes aussi toujours à l'écoute. Tout cela constitue notre ADN depuis toujours, et nous écoutons le client quoi qu'il arrive pour lui fournir le type de motorisation qu'il souhaite et qui est la meilleure pour son profil.

EA : Il se dit que vous figurez parmi les pionniers de l'électrique en province de Luxembourg ?

Karim El Dana : Dès 2012, nous avons, en effet, été parmi les premiers à installer une borne électrique à charge rapide à Marche, dans le cadre d'un projet-pilote avec Nissan, qui venait de lancer sur le marché sa voiture électrique 'Leaf'. Un pas en avant, à l'époque, il y a près de quinze ans quand même ! Et puis, l'électrique s'est petit à petit imposé.

EA : Et...

Karim El Dana : L'idée, ensuite, a été de proposer des bornes sur l'ensemble de nos sites. Nous voulions éduquer notre clientèle et lui proposer sur place des solutions de chargement. Pour ce faire, nous avons toutefois adopté une logique réfléchie, en équipant nos concessions de panneaux solaires couplés à des batteries. Ces deux dernières années, on a ainsi installé près d'un millier de panneaux pour couvrir nos besoins et nous inscrire dans une logique durable. Désormais, et c'est encore un nouvel enjeu pionnier, nous sommes également en train de réfléchir à de la seconde main en véhicule électrique. Les mentalités évoluent, et un marché est en train de naître pour des véhicules qui ont entre 2 et 3 ans. Nous voulons là encore jouer un rôle novateur, en étant parmi les premiers sur la balle.

EA : On roule plus en province de Luxembourg qu'ailleurs en Belgique, c'est un problème ?

Karim El Dana : Un problème, non... mais c'est une préoccupation qui doit être réfléchie. L'électrification est arrivée en bout

de course et le client qui a choisi un véhicule électrique va avoir besoin de plus de bornes, en province de Luxembourg, parce que les distances sont plus grandes et qu'il fait naturellement plus de kilomètres qu'en Brabant wallon, par exemple. Maintenant, tout s'accélère. Par ailleurs, il faut noter que l'électrique n'a pas encore envahi tous les segments. Je souligne ainsi souvent que c'est en province de Luxembourg que l'on vend le plus de pick-up qui sont destinés à un usage professionnel. Et, dans ce créneau, nous sommes bien présents avec Toyota.

EA : Quelles sont, pour terminer, les perspectives de développement pour MS Motor dans les années qui viennent ?

Karim El Dana : Nous allons toujours suivre les développements showroom des constructeurs pour donner à chaque fois une nouvelle expérience client. C'est là le grand défi des années qui viennent, à savoir continuer à vendre du rêve et séduire. Pour vous donner une idée, chez Toyota, on a largement transformé nos trois showrooms sur un an et demi. C'est une petite révolution marketing qui consiste à (re)mettre le client au centre de la discussion, en l'interrogeant, en l'écouter, en rencontrant ses attentes.

EA : C'est l'expérience client en question...

Karim El Dana : Oui... Toute la signalétique, intérieure et extérieure, a été changée, et concrètement la partie client est dorénavant au centre du showroom... alors qu'auparavant elle était sur le côté. Nos équipes ont été formées dans cette optique, qui place le client au centre de la réflexion. Et on le voit, avec cette transformation, le client est physiquement au centre de nos préoccupations. Toyota se concentre donc pleinement sur celui-ci, cela se comprend d'autant mieux que la concurrence, notamment chinoise, est acérée. Maintenant, nous restons confiants et sereins, Toyota est à la pointe dans de nombreuses technologies - dont l'hybride - ce qui nous permet d'avoir des atouts pour consolider et accroître nos parts de marché. Une dernière chose : « Restez connectés, une nouveauté arrive bientôt chez MS Motor ! » ●

Propos recueillis par Guy Van den Noortgate
Photos Anthony Dehez



Groupe MS MOTOR

Route de Bastogne, 469 à Arlon
Tél. : 063 23 03 03

Rue des deux provinces, 8
à Marche-en-Famenne
Tél. : 084 44 48 44

Rue de Libin, 32 à Libramont
Tél. : 061 25 64 70

Zoning de la Lienne, 11 à Ciney
Tél. : 083 21 24 07

www.msmotor.be