

Zenhäusern Frères SA à Sion

Une nouvelle image pour Zenhäusern

Du logo au suivi des collaborateurs, en passant par le site internet, l'ensemble de Zenhäusern Frères SA a été repensé. En décembre, le boulanger-pâtissier-confiseur-traiteur de Sion a d'ailleurs reçu le Prix Sommet UBS récompensant une société valaisanne innovante malgré la mauvaise conjoncture.

Dans un marché en constante évolution, il ne suffit plus à l'artisan boulanger-pâtissier-confiseur d'être créatif et de proposer des produits de qualité. Il doit également savoir gérer, organiser, rassembler et communiquer, selon Gerhard Zenhäusern, fondateur de Zenhäusern Frères SA. «L'image du boulanger d'autrefois ne peut plus perdurer. Si nous ne nous réveillons pas, les industriels le feront. Ils prendront notre place et



L'identité visuelle (ci-dessus et ci-contre) du boulanger-pâtissier-confiseur-traiteur de Sion a été modifiée dans son ensemble.

Avec lui, ce sera une partie de la valeur ajoutée de nos régions qui disparaîtra; comme cela s'est déjà produit avec les bouchers!»

En 2009, l'entreprise séduisante a donc défini les objectifs qu'elle souhaitait atteindre à l'avenir ainsi que la stratégie à adopter. Pour y parvenir, elle s'est notamment appuyée sur un sondage de satisfaction de la clientèle, sur différentes enquêtes comparatives ainsi que sur le travail de diplôme du fils de Gerhard Zenhäusern, étudiant

de la Haute école spécialisée valaisanne (HESso-Valais).

«Maturité» et «premium»

De cette période de réflexions et d'analyses a découlé un certain nombre de modifications.

En effet, «Zen», comme disent les Sédunois, arbore un nouveau logo depuis septembre: un Z doré sur un fond bordeaux.

En bientôt trente ans d'existence, c'est la troisième fois que la société familiale change d'identité graphique. «A chacun

des logos correspond une étape de la vie de notre entreprise. Après une phase de création, puis d'agrandissement, elle a aujourd'hui atteint l'âge de la maturité. La nouvelle reconnaissance visuelle se devait d'être chic

et de renvoyer à l'idée de 'premium'. Les couleurs or et bordeaux ont donc remplacé le jaune et le bleu», explique Gerhard Zenhäusern.

Sur certains supports, dont les cartes de visite, le slogan «La passion des saveurs – Aus Liebe zum Genuss» accompagne le nouveau symbole. «Cette devise bilingue rappelle, d'une part, nos origines haut-valaisannes, et indique, d'autre part, notre volonté de développement.»

Hormis cette nouvelle charte graphique, l'entreprise s'est créée une identité auditive: un jingle publicitaire. La ritournelle est utilisée lors de publicité radio, par exemple. Elle est également diffusée sur le site internet de la boulangerie. Entièrement refait, ce dernier a été agrémenté d'un magasin en ligne. Pour l'heure, il propose quelques produits de confiserie. L'assortiment sera étoffé au fil du temps.

Ingénieur en agro-alimentaire

D'autres modifications, moins visibles, ont été entreprises à



Année de création: 1981

Collaborateurs: 174
dont 73 à la production.

Surface de production: 2000 m².

Points de vente: 4 (2 à Sion,
1 à Sierre, 1 à Grône).

Restaurants: 2 (Sion, Sierre).

Nombre de produits en référence: plus de 1500.

l'interne: la valorisation de la présentation et de la vente des marchandises en collaboration avec l'Ecole Richemont, la réorganisation et l'uniformisation du système informatique ou encore l'engagement d'un ingénieur en agro-alimentaire en vue de l'obtention d'une certification iso 22000 d'ici à 2013.

L'amélioration de l'esprit d'équipe et du bien-être du personnel fait également partie des préoccupations de l'entreprise, comme l'illustre M. Zenhäusern: «Le capital humain est primordial à nos yeux. Nous nous sommes alors beaucoup remis en question afin d'observer ce que nous pouvions améliorer. Entre autres transformations, nous avons lancé le suivi des collaborateurs durant leur maladie ou leur accident, par exemple.»

Concernant la stratégie de «Zen», lauréate du prix Sommet UBS, l'artisan reste discret. Il précise cependant: «Nos défis seront de préserver au maximum nos valeurs ajoutées et notre propre production!».

Johann Ruppen



La direction de l'entreprise : Michel Pannatier, Gerhard Zenhäusern, Andrea, son épouse, Marco et Jörg, ses frères.