

Gysi SA Chocolatier Suisse

## «Notre monde est celui des marques»

Thomas Gysi représente la troisième génération à la tête de cette fabrique bernoise de chocolat. Entouré d'une jeune équipe de dirigeants, il a réussi à développer brillamment sa société. Laquelle, longtemps axée sur l'exportation, se tourne à nouveau davantage vers le marché domestique. **Par Michael Zollinger**

Lorsque Thomas Gysi a repris les rênes de la vieille entreprise familiale, celle-ci se trouvait dans une phase critique. Son important client Merkur, avec sa bonne trentaine de points de vente, venait d'être cédé au glaronnais Läderach et, pour le reste, les affaires n'étaient pas très brillantes. «J'ai beaucoup hésité à me lancer dans l'aventure», nous confie M. Gysi. On était alors en 2004. Sept ans plus tard, Thomas, qui a aujourd'hui 38 ans, est installé dans le bâtiment administratif de la Morgenstrasse 134, vis-à-vis du Technopark de Bern-Bümpliz où, d'un débit très tranquille - bien bernois-, il nous raconte son parcours.

Après des études d'économie d'entreprise à l'Université de Saint Gall, Thomas Gysi avait d'abord opté pour des expériences hors de l'entreprise familiale. Car il en est convaincu: «Vous devez commencer par vous affirmer ailleurs pour être pris au sérieux chez vous». Il trouva son premier engagement dans l'industrie du lait chez Swiss Dairy Food, occupa ensuite un poste important chez Emmi, puis devint directeur du marketing/ventes chez un fabricant d'Ostermundigen. Quand il entra en 2004 dans la fabrique de chocolat familiale de Berne-Bümpliz, ce fut comme chef marketing et des ventes, tandis que son oncle Peter Gysi en était en-

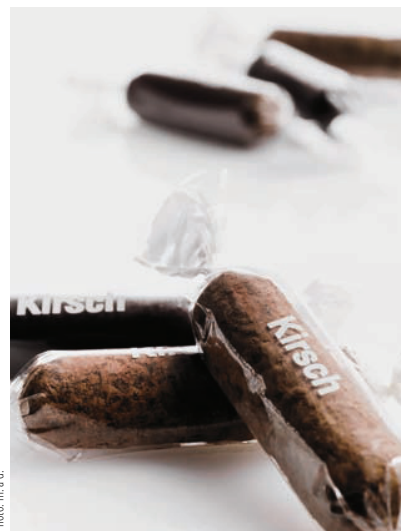


Photo m. a. d.

Une des spécialités: le fameux bâton au kirsch

«J'ai beaucoup hésité à me lancer dans l'aventure», confie Thomas Gysi, chef de l'entreprise.



Photo Michael Zollinger

core le directeur. A la fin de 2006, Thomas Gysi lui succéda comme actionnaire unique.

### Tout a commencé dans la vieille ville de Berne

La société Gysi Chocolatier Suisse remonte à 1931, lorsque son grand-père Walter ouvrit une confiserie en vieille ville de Berne. Très tôt, il commença à fabriquer des spécialités au chocolat de grande qualité destinées à des confrères et au commerce des denrées alimentaires en général. Cette option reste la même aujourd'hui. «Notre monde est celui des marques – le nom de Gysi n'a qu'une importance marginale», souligne Thomas.

Certaines choses ont tout de même changé depuis qu'il a repris l'entreprise. Par exemple, celle-ci avait mis très tôt l'accent sur l'exportation, mais son chef actuel et son équipe ont décidé de développer davantage les affaires domestiques. Alors que les exportations assuraient 50 pour cent du chiffre d'affaires il y a cinq ans, cette part n'atteint plus

aujourd'hui que 20 pour cent environ. Dans les années 1980, la maison bernoise produisait les articles en chocolat les plus variés pour de nombreux détaillants britanniques. Il fut un temps où tout ce que le Royaume-Uni compte de commerces prestigieux, de Harrods à Sainsbury en passant par Tesco, faisait partie de sa clientèle. Mais depuis 2007, avec la chute de la livre anglaise, le marché britannique est devenu plus difficile. Gysi y conserve toutefois la chaîne de luxe Harrods. Les exporta-

*«Une large gamme de procédés qui permet à chacun de nos partenaires ou presque d'occuper une niche.»*

tions jouent encore un rôle, mais désormais surtout vers les pays voisins du nôtre, avec notamment un redoublement d'efforts stratégiques visant le marché allemand. En plus petites quantités, on trouve aussi les produits de Bümpliz dans le commerce de détail du Japon et des Etats-Unis.

### Nouveau style de direction et équipe rajeunie

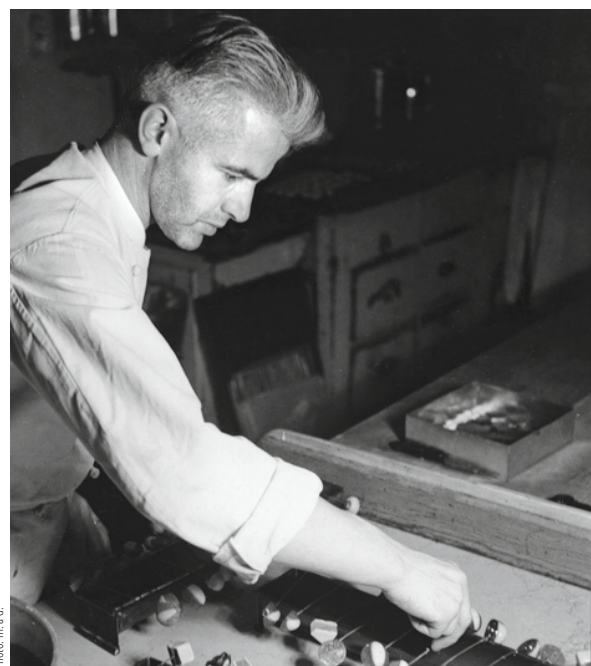
Le chef actuel de l'entreprise attribue à plusieurs facteurs le fait que son chiffre d'affaires ait doublé: «Nous avons rajeuni l'équipe dirigeante, dont l'âge moyen est aujourd'hui de 40 ans. Dans le même temps, plus de la moitié de

ses membres sont depuis plus longtemps au service de Gysi que moi-même. Nous avons donc fait la route ensemble. L'équipe forme ainsi une communauté soudée». Par rapport à ses prédécesseurs, Thomas Gysi dirige la société de manière beaucoup plus participative, en accordant à ses collaborateurs la marge de manœuvre la plus large possible à l'intérieur de limites bien définies.

«Autrefois, chaque détail était discuté par la direction; ce n'est plus le cas», confie Gysi, qui n'entend nullement dénigrer ses devanciers pour autant: «L'esprit patronal qui régnait alors était parfait pour l'époque». Peu après être devenu l'actionnaire unique, Thomas Gysi a mis en place un système de participation qui a fait des membres de la direction des actionnaires. «Dès 2004, nous avons fait du travail en entreprise un jeu d'équipe. Il s'agissait d'introduire un élément de gratification, mais aussi d'incitation pour une collaboration générale efficace et durable».

### Des partenaires divers et variés

Avec ses actuels 85 collaborateurs fixes, Gysi Chocolatier a sensiblement renforcé sa position sur le marché suisse. Il a délibérément renoncé à des agents. Figurent aussi sur la liste des clients de notre chocolatier des entreprises qu'on ne s'attendrait pas à y trouver de prime abord. Gysi et son équipe produisent depuis des années, par exemple, des globules utilisées par Similasan, le fabricant de médicaments homéopathiques. Ces globules sont confectionnés sur le même mode que des dragées – par exemple les nonpareilles, mini-bil-



C'est en 1931 que le fondateur de la société, Walter Gysi, ouvrit une confiserie à Berne.

les de sucre multicolores décoratives. Pour ce mandat, l'entreprise a développé une installation de couchage moderne.

### Nouveau logo: un ours en mouvement

Un autre produit intéressant qui fait la réputation de Gysi au sein de la branche est le «Swiss Chocolate Knife», un couteau de poche en chocolat fourré à la crème de noisette. Cette idée a été apportée à Gysi de l'extérieur en 2003 et les couteaux arborent la marque de l'entreprise familiale de Suisse centrale Victorinox. «En tant qu'article spécial, ce couteau est pour nous très important et offre encore un potentiel», précise Gysi.

Le jeune chef est pleinement convaincu que sa maison a de l'avenir. Il a aussi légèrement modifié l'ours du logo de l'entreprise. «Il avance désormais tranquillement – nous ne sommes pas Bernois pour rien – mais il avance», déclare Thomas Gysi, qui vit avec sa famille en ville de Berne. En patron très classique, ce père d'un garçon de six ans préfère ne pas parler du chiffre d'affaires de sa société. On peut toutefois s'en faire une idée en sachant que sa production annuelle atteint 700 tonnes. ■

### Forte présence au marché aux oignons «Zibelemärit»

Gysi Chocolatier prouve son attachement à la ville de Berne par sa présence indéfectible sur le célèbre marché aux oignons qui s'y tient chaque année. Les seules vraies «guirlandes d'oignons en sucre» existant au monde proviennent des ateliers Gysi. Que ce soit dans la grande distribution, chez les confiseurs ou sur de nombreux stands, ces garnitures de bonbons jaune, rouge et orange sont omniprésentes dans la ville fédérale avant et pendant le «Zibelemärits» qui s'y tient chaque 4<sup>ème</sup> lundi de novembre. Gysi produit chaque année environ cinq tonnes d'oignons de confiserie. Il écoule environ 30 000 guirlandes sur le «Zibelemärits». «Si ce n'est pas une affaire énorme pour nous, c'est au moins une exclusivité Gysi», sourit le patron. ■