

*Ernst Kneuss Volaille SA*

## Le coquelet (Güggeli) argovien démarre à fond

A Mägenwil, dans le canton d'Argovie, la troisième génération des Kneuss donne un grand coup d'accélérateur. Depuis que les frères Daniel et Thomas sont à la barre, l'entreprise familiale progresse encore plus vite et ses produits de volaille sont toujours plus appréciés en Suisse. **Par Michael Zollinger**

«Mon grand-père était un vrai pionnier», s'extasie le CEO Daniel Kneuss dans son petit bureau, à Mägenwil. On n'y trouve pas de chaise, le chef estimant que l'énergie est meilleure quand on est debout. «Ernst Kneuss senior était le premier à vendre des coquelets au début des années soixante au marché de Baden. Les autres marchands proposaient tous de gros poulets, sauf lui.»

Un jour, une Zurichoise qui passait par là commanda 600 coquelets d'un seul coup. Le grand-père, qui en exigea le paiement anticipé, apprit juste après que la dame possédait six restaurants espagnols à Zurich. «L'un d'entre eux était l'Emilio», établissement réputé de la Zweierstrasse qui, aujourd'hui encore, à la 4<sup>ème</sup> génération, inscrit notre coquelet à son menu», raconte Daniel Kneuss. Des années plus tard, il effectua une visite de clientèle à l'«Emilio» avec son père et vit des habitués tels qu'Udo Jürgens ou Tina Turner savourer des coquelets Kneuss.



Photos: m. a. d.

*Les coquelets de Kneuss ont toujours été suisses – «helvétiquement bons» – comme l'affirme la publicité.*

### Une nouvelle exploitation depuis 2000

Daniel Kneuss, 37 ans, a complété sa formation de boucher par un diplôme de gestionnaire. Il est depuis 7 ans le troisième CEO de l'entreprise. De formation technique, Thomas, son aîné de trois ans, est responsable de l'exploitation. Ensemble, ils ont accéléré le développement de la société et adapté ses structures. Une équipe unique a remplacé le patron et elle travaille à l'aide de tableaux de bord chiffrés.

L'esprit et la «philosophie» sont demeurés, qui consistent à réinvestir constamment la plus grande partie des bénéfices. Les deux fils détiennent aujourd'hui 40 pour cent des actions et le

père, Ernst Kneuss junior, 20 pour cent. C'est lui qui a tracé la voie actuellement empruntée. En 2000, il inaugurait la nouvelle exploitation, dotée d'un abattoir très moderne, dans la zone industrielle de Mägenwil. Avant lui, le fondateur, Ernst Kneuss senior, effectuait les abattages dans la buanderie et ses extensions.

### Du suisse pur sucre

Dès le début, les coquelets de Kneuss ont toujours été suisses – «helvétiquement bons» – comme l'affirme la publicité. Leurs «parents» vivent en Suisse.

Les poussins éclosent dans une exploitation de la région de Berne et grandissent ensuite dans l'une des 68 fermes en Argovie et dans les cantons voisins. «Nous contrôlons constamment nos partenaires européens, qui sont exemplaires et répondent aux normes suisses BTS. Tous les coquelets reçoivent une nourriture élaborée par Kneuss, comprenant moins de 5 pour cent de maïs et une majorité de blé et de céréales. Cela donne une croissance plus lente, qui se répercute sur la qualité de la viande», explique la société Kneuss. L'exploitation de Mägenwil, avec son propre

shop de coquelets, a été constamment modernisée ces dernières années. Grâce à des partenariats avec des constructeurs de machines hollandais, le plus haut niveau technique est atteint. Ces derniers utilisent volontiers la Suisse comme marché-test pour leurs derniers développements.

### Innovations et nouveau shop en ligne

En l'an 2000, après le déménagement, l'entreprise occupait 47 collaborateurs. Ils sont aujourd'hui 150. «Le processus de succession a duré plusieurs années. Mon frère et moi sommes arrivés en 2000, avant de reprendre la direction opérationnelle en 2007», résume Daniel Kneuss. Le père, Ernst, est actuellement président du CA et on peut régulièrement croiser le fondateur, Ernst senior (88 ans), à Mägenwil. Avec la grand-mère (85 ans), ils viennent tous les matins savourer un café-croissant. Cette proximité de la famille et les liens étroits entre les trois générations font partie de la success story de Kneuss. Grâce à beaucoup d'«huile de coude», de ténacité et à des innovations incessantes, la gastronomie et le commerce spécialisé sont au rendez-vous.

Les commandes parvenant le soir jusqu'à 18 h sont immédiatement préparées et livrées le jour suivant. L'assortiment comprend une variété de 2500 produits de volaille différents – parmi lesquels de nombreux produits prêts à consommer – pouvant tous être commandés en petites quantités. Kneuss livre les boucheries avec ses propres véhicules, les restaurants via divers partenaires. L'éventail d'utilisateurs a fortement augmenté. Des équipes mixtes de développement de produits, en commun avec des cuisiniers externes, des bouchers, des maîtresses de maison, des spécialistes de l'emballage et des développeurs de produits Kneuss récoltent constamment des idées et les répertoire.

### Étiquette-fraîcheur

Une étiquette-fraîcheur vient, par exemple, d'être introduite. Elle fonctionne grâce à des pigments et a été développée avec une entreprise pharmaceutique. Plus le centre de l'étiquette est

sombre, plus le coquelet est frais dans son emballage. Le centre s'éclaircit au gré du temps et de la température.

Certaines prestations sont également innovantes. Les Argoviens conçoivent des menus pour de gros clients comme «menuandmore» (l'ancienne Stadtküche de Zurich). Kneuss Guggeli organise des événements avec plus de 5000 participants, ou développe des concepts gastronomiques entiers. C'était le cas lors de l'inauguration, l'an dernier, de la «balance à coquelets», à Windisch. Pour accroître la notoriété, on collabore à des magazines de cuisine et des flyers ont récemment été distribués dans les ménages argoviens.

Une boutique en ligne pour les consommateurs vient aussi de naître. Daniel Kneuss: «Depuis chez lui, le client consulte l'offre, passe commande et décide où il veut retirer le produit parmi la centaine de points de vente actuels du commerce spécialisé. Grâce à ce système, nous atteignons deux buts: un canal de distribution supplémentaire et la fidélisation de nos meilleurs clients dans ce type de commerce. Celui-ci subissant une pression croissante, il s'agit ici d'une situation gagnant-gagnant.»

### La volaille plus que le boeuf

Avec 9 pour cent de parts de marché, Kneuss est le n° 4 de la branche. 47 pour cent de la volaille consommée dans le pays provient de l'étranger, majoritairement du Brésil. «Nous visons à réduire cette part grâce à la très grande fraîcheur et à notre qualité. Notre message aux consommateurs: achetez un bon poulet suisse frais plutôt que le moins cher provenant de l'étranger», déclare Kneuss. Depuis 2000, le volume d'abattage à Mägenwil a presque doublé. La croissance, en partie à 2 chiffres, est impressionnante.

Pour Kneuss le poulet a le vent en poupe et a même dépassé le bœuf en quantité. En 1992, la consommation annuelle par habitant était de 8 kg, elle est aujourd'hui de 11,4 kg. «Par rapport aux USA (env. 45 kg), c'est encore très peu.»

### Optimiste malgré les menaces

La grippe aviaire reste une menace pour le secteur. La dernière fois, en 2005,



Daniel Kneuss, CEO de l'entreprise familiale

Kneuss en a nettement senti les effets. «Le risque demeure, mais les systèmes de pré-alerte sont beaucoup plus efficaces qu'auparavant. Un problème en Asie et aussitôt des mesures additionnelles sont prises chez nous», affirme Kneuss qui, pour cette raison, est fortement impliqué dans l'Association suisse des producteurs de volaille (ASPV).

L'entrepreneur est confiant en l'avenir et mise sur une croissance durable de 2 à 5 pour cent. L'espace disponible ne pose problème puisque la société peut encore s'agrandir de manière modulaire, comme cela a déjà été plusieurs fois le cas depuis 2000. Et la quatrième génération de successeurs semble d'ores et déjà sur la bonne voie. Daniel Kneuss plaisante: «Notre fils de trois ans a déjà une prédilection pour les ailerons de poulet. ■