



Fokus **Hygiene**
Accent **Hygiène**

Wander-Chef Furtwaengler

«**Wir werden international verglichen**»

Furtwaengler, directeur de Wander:

«**Nous sommes comparés au niveau international**»

AOP-IGP-Verordnung
AOP-IGP übt Kritik an Kantonschemikern

Slow-Food-Messe
Wenn Käse die Massen bewegt

Nouvelle fromagerie
Le Grand Pré: cœur tendre à Moudon

«Nous sommes comparés au niveau international»

Ovomaltine est une marques solides. L'usine de Neuenegg fait désormais partie du groupe international ABF et a dû économiser des millions. Entretien avec Arnold Furtwaengler, directeur de Wander.



Hans Peter Schneider

Arnold Furtwaengler-Rey: «Les nouveaux produits prennent toujours plus d'importance.»

alimenta: En 2001, l'usine Wander de Neuenegg a été préférée au site de production anglais de Kings Langley. Quelle est la situation aujourd'hui?

ARNOLD FURTWÄENGLER-REY. La force du franc a remis la question du site au goût du jour. Deux tiers de la production de Neuenegg est exportée. Le franc a renchéri nos produits et réduit nos bénéfices.

Comment avez-vous réagi?

Nous devons désormais fournir la même

prestation de manière plus efficace. Avec la maison-mère en Angleterre, Associated British Foods (ABF), nous avons défini des objectifs ambitieux. Notre site a été com-

Origines japonaises

Arnold Furtwaengler-Rey est né à Tokyo en 1963. Il est arrivé en Suisse à l'âge de 19 ans. Après des études à Saint-Gall, il a notamment travaillé chez Jacobs Suchard Tobler et Bahl-sen. Chez Wander depuis 1997, il est directeur pour l'Europe centrale depuis 2011. *hps*

paré à 26 entreprises dans le monde et aux fabriques du groupe en Angleterre. Nous avons dû économiser des millions. Nous sommes aussi devenus plus performants. En comparaison internationale, le site de Neuenegg obtient de bons résultats. Cela nous rend confiants pour l'avenir.

Les matières premières utilisées sont un élément important. Que pensez-vous de la décision Swissness?

Nous ne sommes pas heureux. Pour nous, il est décisif que la production et le développement des produits aient lieu en Suisse. Nous utilisons du lait et du sucre suisses. Le cacao et l'orge viennent de l'étranger.

Wander exporte aussi avec la «loi chocolatière». La Confédération estime qu'il manquera cette année 3,3 mio de francs. Comment allez-vous réagir?

Nous achetons du lait suisse de qualité, cher, car nous soutenons la production indigène. Pour rester concurrentiels, nous sommes contraints d'optimiser les coûts. Mais il y a aussi des marchés et des segments de produits où le Swissness ne joue pas un grand rôle. Toutes les options doivent rester ouvertes.

Wander produit toujours plus d'articles sous le label Ovomaltine. Les fabricants se battent-ils pour être de la partie?

En raison de notre volume, il est toujours plus intéressant pour un fabricant de produire nos articles. Sans faire beaucoup de promotions, nos produits sont parmi ceux qui génèrent les plus hauts chiffres d'affaires en Suisse. C'est le cas du chocolat Ovo ou des biscuits. L'essentiel est que nos partenaires répondent à nos exigences de qualité.

A quels nouveaux produits «Ovomaltine» doit-on s'attendre?

Il y a 15 ans, nous réalisons 70% de notre chiffre d'affaires avec la poudre, 30% avec les autres produits Ovomaltine. Aujourd'hui, c'est l'inverse. Les nouveaux produits prennent toujours plus d'importance. D'autres seront lancés, mais je ne peux pas encore dire lesquels. *Interview: Hans Peter Schneider*