



60
JAHRE
ANS 

Reto Hugentobler, propriétaire et directeur général de Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG.

Par amour des cuisiniers.

Tout a commencé avec un jeune commerçant qui se demandait pourquoi les cuisiniers semblaient dans le stress. De cette seule question est née une entreprise qui, aujourd'hui encore, garde le même moteur. Reto Hugentobler revient sur les 60 ans d'histoire de l'entreprise, sur les mutations du secteur et sur ce qui demeure.

«Chaque fois que je rendais visite à des cuisiniers, ils étaient sous pression. Je les voyais suer et se crisper, et je me demandais comment améliorer les processus», se souvient Fredy Hugentobler de ses débuts chez le spécialiste de la distribution de repas Finessa. C'est de cette observation qu'est né tout le reste.

Le visionnaire n'a lui-même jamais cuisiné. Sa fascination portait sur le travail des cuisiniers et sur l'excellence dans l'assiette. Ce qui l'animait, c'était l'idée de préparer des mets frais dans les règles de l'art, de les rendre conservables et de pouvoir les servir sur demande sans perte de qualité. Il est allé chercher l'inspiration partout dans le monde. Mêlé au savoir-faire des cuisiniers suisses et à un raffinement technique, ce mélange a déclenché une petite révolution culinaire. De nouvelles technologies de régénération, de conservation et de mise sous vide sans sachet avec GreenVAC ont vu le jour, jusqu'au système de cuisson «freeze'n'go». Depuis, de nombreuses autres innovations sont venues s'y ajouter et l'entreprise familiale n'a cessé d'évoluer. En 2010, son fils Reto Hugentobler reprend la direction de l'entreprise. Fin 2025, Fredy Hugentobler quitte également la présidence du conseil d'administration. Une ère touche à sa fin.

À l'occasion du 60e anniversaire, Reto Hugentobler revient sur ce parcours et explique pourquoi cette idée fondatrice unique doit continuer à porter l'entreprise à l'avenir.

60 ans de Hugentobler: que signifie cet anniversaire pour toi personnellement?

Je suis très reconnaissant pour cet anniversaire, ayant eu la chance d'accompagner cette entreprise durant près de la moitié de son existence. Cela montre que nous avons su évoluer au fil des décennies, et cela témoigne d'une continuité dans un environnement mouvementé, où d'autres concurrents ont disparu ou ont été rachetés. C'était et c'est toujours juste de rester fidèles à nos valeurs. Créer des fans dans le monde de la gastronomie, traiter nos collaborateurs avec considération et leur donner du sens, traiter équitablement nos fournisseurs et partenaires, et placer la valeur ajoutée de nos systèmes de cuisson ainsi que les relations au-dessus du prix.

Tu diriges Hugentobler depuis 2010. Qu'est-ce qui a le plus changé depuis, dans la branche et dans l'entreprise elle-même?

La vague de fermetures de restaurants a frappé; le secteur des soins prend de plus en plus d'importance. La pénurie de person-

nel qualifié s'est même étendue jusqu'au manque de casseroles.

La transformation numérique se ressent dans tous les domaines et à tous les niveaux. Les nouvelles générations qui entrent dans la vie active ont d'autres attentes en matière de modèles de temps de travail, de rémunération, de libertés et d'avantages. C'est justement là que nous avons toujours dû réfléchir et évaluer ce qui était possible ou non.

À quels défis as-tu été confronté, et qu'a-t-il fallu pour tenir 60 ans?

Le changement de génération était certainement central et exigeant, bien préparé et mené proprement. Mais quiconque connaît mon père sait que ce visionnaire de la cuisine est difficile à freiner. Dès qu'il découvre un manque quelque part dans une cuisine, il développe aussitôt tout un concept pour y remédier. C'est justement cette force qui a parfois mené à des divergences d'opinions. Préserver la paix durant cette phase de transition, ne laisser naître aucune frustration et rester dans le cadre de notre vision, cela s'est révélé plus exigeant et a duré plus longtemps que prévu. Aujourd'hui, nous pouvons regarder en arrière avec fierté et dire que la relève a réussi.

Un autre grand défi a été, en 2013, la centralisation des trois sites autour de Berne. Concilier les besoins de tous les départements, les prescriptions et les lois ainsi que le budget a été un véritable tour de force. Aujourd'hui, nous savons que c'était la bonne décision. Les fermetures d'exploitation durant le Covid ont également marqué les esprits. Je craignais de devoir prononcer de nombreux licenciements. Finalement, il n'y en a heureusement eu aucun, et nous avons traversé la pandémie avec seulement 7 pour cent de chômage partiel.

Si nous existons encore aujourd'hui après 60 ans, c'est parce que nous vivons selon la devise «Our people make the difference». Cela paraît peut-être galvaudé, mais je suis convaincu que nous plaçons l'humain au centre. Que ce soit en première ligne comme vendeur, coach, technicien de service ou monteur, ou en coulisses, à la réception, au service interne ou à la centrale de service. Chaque rouage est nécessaire pour que l'horloge tourne. Nous voulons des collaborateurs qui s'investissent à fond à tous ces

«Nous sommes à l'écoute, développons des solutions et les menons à terme.»

niveaux. Il en résulte des clients heureux, qui assurent notre survie. Un grand merci ici à toutes les entreprises qui affichent du ROUGE dans leur cuisine!

Où se situe Hugentobler aujourd'hui?

Financièrement sain, clairement positionné, avec des clients fidèles et des collaborateurs engagés. Au fil de ces 60 ans, nous sommes passés de fournisseur d'appareils à partenaire de solutions, qui accompagne l'exploitation sur tout le parcours. De l'analyse à la planification et à la livraison, jusqu'au service après-vente. S'y ajoutent des prestations comme des cours, du coaching et des possibilités de financement. Le restaurateur obtient tout d'une seule main, et c'est précisément ce qui nous distingue.

Que gagne un restaurateur qui mise aujourd'hui sur Hugentobler?

Notre vision est la même depuis 60 ans: des cuisiniers épanouis, des rendements plus élevés et des mets de meilleure qualité. Nous créons des fans. C'est la raison pour laquelle nous ne restons pas couchés comme un tapis persan le matin, mais «passons à l'action». Celui qui mise sur nous obtient non seulement une bonne qualité, mais aussi une intervention de service rapide et personnalisée, sans attente interminable au téléphone. Notre exigence est que les établissements gastronomiques progressent grâce à nos systèmes de cuisson et à notre coaching, non seulement pour survivre, mais pour que cela en vaille la peine et procure de la joie. Nous sommes à l'écoute, développons des solutions et les menons à terme.

Ton père a marqué l'entreprise durant des décennies et a été célébré fin 2025 en tant que président du conseil d'administration. Quelles sont ses deux qualités qui ont le plus marqué l'entreprise?

Premièrement, sa fascination pour faire toujours évoluer la cuisine. Et deuxièmement, sa conviction que diriger signifie servir, et que ton influence ne va pas plus loin que ton amour.

Et en quoi vous différenciez-vous le plus?

Je joue mieux au tennis et j'ai un drive plus long au golf avec mon Big Bertha! Plus sérieusement: C'est un visionnaire pur et dur, tandis que je suis celui qui rend les choses réalisables. C'est le meilleur vendeur, tandis que je suis plutôt le négociateur.

Avec sa filiale GastroPerspektiv AG, Hugentobler emploie environ 120 collaborateurs. Qu'apprécies-tu dans cette diversité?

J'apprécie qu'avec cette taille d'entreprise, je connaisse chaque collaboratrice et chaque collaborateur par son nom et que je sois présent à chaque entretien d'embauche. À travers les différents domaines, j'apprends à connaître une multitude de qualités, de personnalités et d'orientations. J'en tire moi-même sans cesse de nombreux enseignements.

L'année dernière, la vision a été élargie avec «créer des fans». Qu'y a-t-il derrière cela?

Autrefois, on avait un acheteur, puis il est devenu client, puis partenaire. Notre exigence aujourd'hui est de créer des fans. Et ce, en étant différents et en allant, avec nos perspectives et nos solutions, plus loin que tous les autres.

«Go for it» comme devise pour les 60 prochaines années: qu'est-ce qui te pousse personnellement à continuer?

La volonté de transmettre un jour cette entreprise en bonne santé aux mains suivantes, et la certitude d'avoir donné le meilleur de moi-même.