



## Communiqué de presse

22 janvier 2020

### En pleine croissance, HUG passe à la génération suivante

Un nouveau modèle de codirection a pris la tête du groupe de produits de boulangerie HUG, situé à Malters (LU), le 1<sup>er</sup> janvier 2020. Andreas Hug (4<sup>e</sup> génération) et Anna Hug (5<sup>e</sup> génération) partagent désormais la direction de l'entreprise HUG et ont de quoi se réjouir: en 2019, le chiffre d'affaires de l'entreprise a atteint 123.3 millions de francs, soit une hausse de 3,8 %. Dans l'ensemble, les trois marques HUG, DAR-VIDA et Wernli ont permis d'augmenter les parts de marché en Suisse, et dans le domaine de la restauration, le chiffre d'affaires hors de nos frontières a augmenté de 13 %. Ainsi, la production annuelle, en hausse de 384 tonnes, affiche 9'738 tonnes, et le nombre des effectifs a augmenté de 16 personnes pour atteindre 386 postes à temps complet.

«Nous sommes très satisfaits de l'évolution du dernier exercice», déclare Andreas Hug, co-directeur de l'entreprise HUG. Les bons chiffres de la consommation enregistrés en Suisse et à l'étranger et l'accueil favorable reçu par les nombreuses innovations en provenance des fournils HUG, tant auprès des consommateurs que de la restauration, ont eu une incidence positive sur le résultat. Compte tenu des travaux en cours liés au transfert du site de production Wernli de Trimbach à Malters, en 2021, ce bon résultat constitue une double satisfaction.

#### La nouvelle direction HUG, un modèle de gestion innovant

Depuis de nombreuses années, la Famille HUG attache une grande importance à la conciliation entre vie familiale et vie professionnelle et apporte un soutien actif à de nouveaux développements tels que le home office et des conditions de travail en harmonie avec la vie de famille. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2020, les dirigeants de l'entreprise HUG bénéficient eux aussi du modèle à temps partiel: Anna Hug (5<sup>e</sup> génération), co-directrice Marchés, et Andreas Hug (5<sup>e</sup> génération), co-directeur Opérations, partagent désormais la direction de l'entreprise. «Dans le cadre du passage de relais prévu entre la 4<sup>e</sup> et la 5<sup>e</sup> génération, au sein de notre direction familiale, l'élaboration du modèle de codirection se trouvait au cœur du projet, ces dernières années», explique Werner Hug, désireux de se consacrer de plus en plus au rôle actif de président du conseil d'administration. Par ailleurs, quatre des neuf membres du comité de direction et 27 % des 75 cadres de l'entreprise travaillent aujourd'hui à temps partiel.



### **Wernli en pleine croissance sur le marché du biscuit**

Wernli. On partage? Mis en lumière en 2019 dans le cadre d'une nouvelle campagne publicitaire, ce slogan s'est avéré juste: l'accent mis sur les spécialités de biscuits Wernli, l'an passé, a porté ses fruits et généré une forte croissance et une augmentation des parts de marché. «Les Choco Petit Beurre Ruby, une innovation, connaissent une évolution florissante et ont même trouvé leurs fans à l'étranger», se réjouit Anna Hug, co-directrice de l'entreprise HUG. Le lancement du Chocoly avec 30 % de sucre en moins et tout le goût du Chocoly a connu un succès similaire. Côté HUG, la production de marques commerciales et de labels est en recul.

### **DAR-VIDA Simply: précurseur envers et contre tous**

Souvent copiée par ses compétiteurs, la marque DAR-VIDA continue de développer son chiffre d'affaires, même si le rythme des dernières années a un peu ralenti. Les nouveaux DAR-VIDA Simply à l'épeautre, plus aérés que les originaux, ont reçu un très bon accueil sur le marché, et grâce à ses innovations, la marque assoit peu à peu son rôle de précurseur en matière de biscuits sains et équilibrés. Elle lancera d'ailleurs de nouveaux snacks salés, en 2020, les DAR-VIDA crispy: ces crackers croquants et aérés sans gluten à base de lentilles – riches en protéines – et de houmous constituent un complément idéal sur le marché des biscuits salés, en pleine croissance.

### **La restauration, un marché en expansion**

Les nouveaux petits pains surgelés, entre autres innovations, ont contribué à une expansion à hauteur de 6 % sur le marché de la restauration en Suisse. En 2019, la croissance la plus importante est liée à l'exportation de l'assortiment des Filigrano Tartelettes, en hausse de 41 % par rapport à l'année précédente. L'intégration réussie de Hardegger Hüppen, le 1<sup>er</sup> janvier 2019, a permis à l'entreprise HUG de renforcer sa position de leader sur le marché des accompagnements pour desserts. Dans le domaine du B2B, de nouvelles variétés de Filigrano Tartelettes sont prévues pour 2020. Autre projet: l'extension de l'assortiment des produits de boulangerie surgelés à de nouvelles spécialités. Une collaboration avec de nouveaux partenaires de distribution va par ailleurs voir le jour à l'étranger.



### **Nouveau *backhaus*: le chantier évolue comme prévu**

Si le transfert du site de production Wernli de Trimbach à Malters, un projet aux dimensions exceptionnelles, a pris un peu de retard, il reste conforme au calendrier. «Assurer le transfert du savoir-faire nécessite des efforts importants, et dans notre secteur d'activité, les spécialistes sont rares, dans la région», indique Andreas Hug, co-directeur de l'entreprise HUG. L'évolution positive du volume des ventes sur les marchés tendances requiert une augmentation de capacité des installations, et les investissements en matière de construction et d'installations s'élèveront à environ 80 millions de francs, entre 2019 et 2023. La mise en service du *backhaus* est prévue pour fin 2020.

### **Le communiqué de presse et les photos peuvent être téléchargés via le lien suivant:**

[media.pr.keystone-sda.ch/Projekte/Januar+2020/HUG+Medienfruehstueck](https://media.pr.keystone-sda.ch/Projekte/Januar+2020/HUG+Medienfruehstueck)

### **Vos interlocuteurs:**

Andreas Hug / Anna Hug / Werner Hug

Irene Bühlmann  
(Assistante de direction)

Tél. 041 499 75 11  
[irene.buehlmann@hug-familie.ch](mailto:irene.buehlmann@hug-familie.ch)

### **La Famille HUG**

La HUG AG, qui réunit les trois marques HUG, Wernli et DAR-VIDA, emploie 386 personnes sur les sites de Malters, Willisau et Trimbach. Créée en 1877 à Lucerne, l'entreprise familiale HUG est à l'origine une boulangerie; elle est aujourd'hui dirigée par la cinquième génération. Andreas Hug et Anna Hug dirigent l'entreprise selon trois principes: humain, entrepreneurial et responsable. Typiquement HUG, en somme. Avec ses trois marques HUG, Wernli et DAR-VIDA, l'entreprise propose une large gamme de produits: des biscuits HUG typiquement suisses, comme les Anneaux de Willisau, aux spécialités Wernli, comme le Choco Petit Beurre, en passant par une grande variété de crackers DAR-VIDA. Ces trois marques symbolisent des valeurs essentielles: le plaisir, le naturel et une origine contrôlée. Outre les produits destinés à la vente au détail, HUG propose une gamme étendue de produits de boulangerie de grande qualité, comme les Tartelettes HUG pour la restauration.

