

Monat September 1910
Wiedlisbach, Neue Rechnung 1910

an folgende
Zurück
Paul

4 Fackel 3423/8
de 28/7

100
ans!

1910-2010



Editorial

Chères lectrices et chers lecteurs,

Nous fêtons 100 ans d'histoire colorée à Wiedlisbach.

Notre grand-père, Ernst Knuchel, posa la première pierre de la Knuchel Farben SA actuelle en 1910 en créant une fabrique technico-chimique. L'histoire de la société a été marquée par les avancées techniques et les nombreux bouleversements économiques.

Ensemble, nous avons fouillé les archives. Des discussions avec la famille et les collaborateurs ont peu à peu donné vie à l'histoire de la famille et de la société: étonnement, remerciement et joie sont les sentiments qui revenaient le plus souvent.

Avec le présent numéro spécial jubilé, nous vous proposons un voyage dans le temps, des débuts de l'entreprise à aujourd'hui. Ainsi, nous permettons de prendre part aux événements les plus importants et de découvrir des anecdotes et des documents iconographiques d'époque. Les représentations des extensions des bâtiments vous emmènent à travers l'histoire et illustrent le cadre dans lequel notre offre de vernis et de peintures a pu se développer, en coopération avec nos partenaires.

Ce jubilé représente, pour nos pères Gerhard et Marc Knuchel, le couronnement de leur lien avec l'entreprise et de leurs engagements personnels. Pour nous et les collaborateurs, c'est un moment de réflexion, de fête et de regard tourné vers un avenir que nous souhaitons façonner à vos côtés, chers clients, partenaires et amis. Et nous nous en réjouissons.

Nous vous souhaitons une agréable lecture.

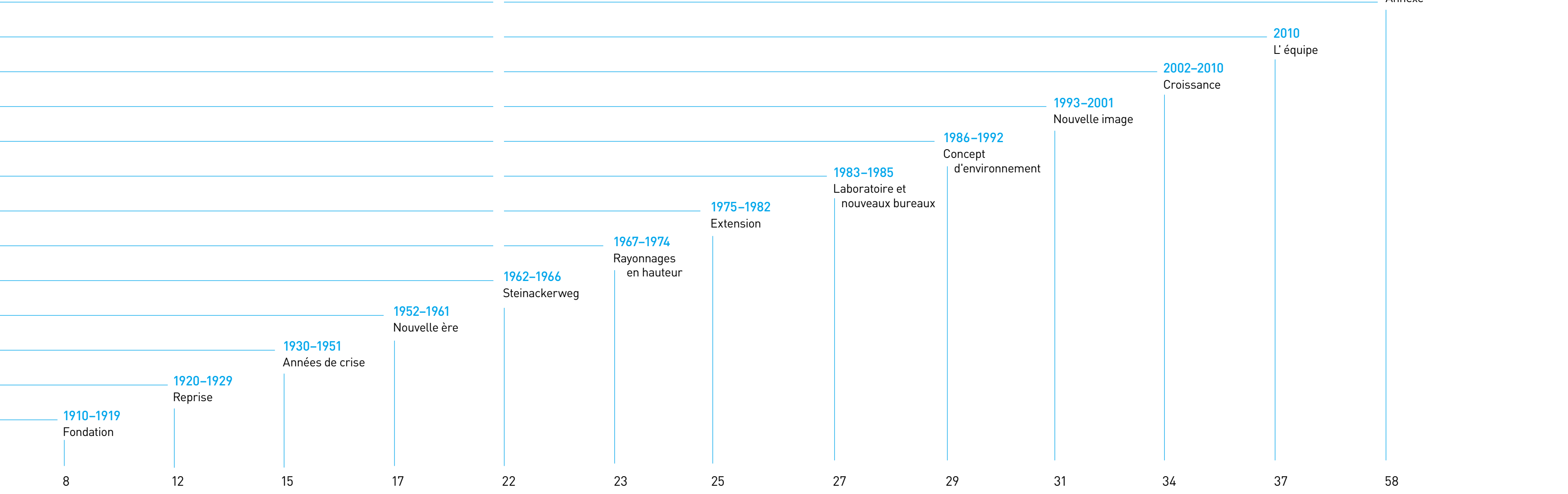
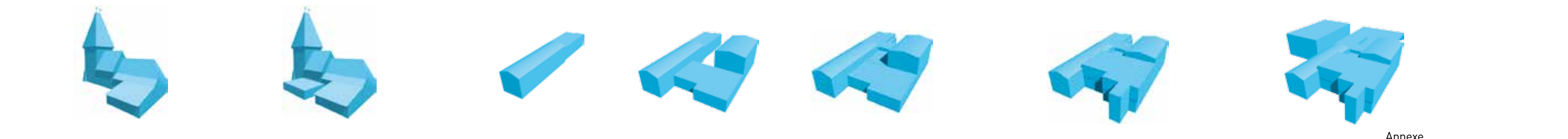
Adrian et Gerhard Knuchel
Directeurs de Knuchel Farben SA

Couverture:

A l'arrière, l'acte comptable de création de septembre 1910 dans le grand livre de la société Knuchel & Co.

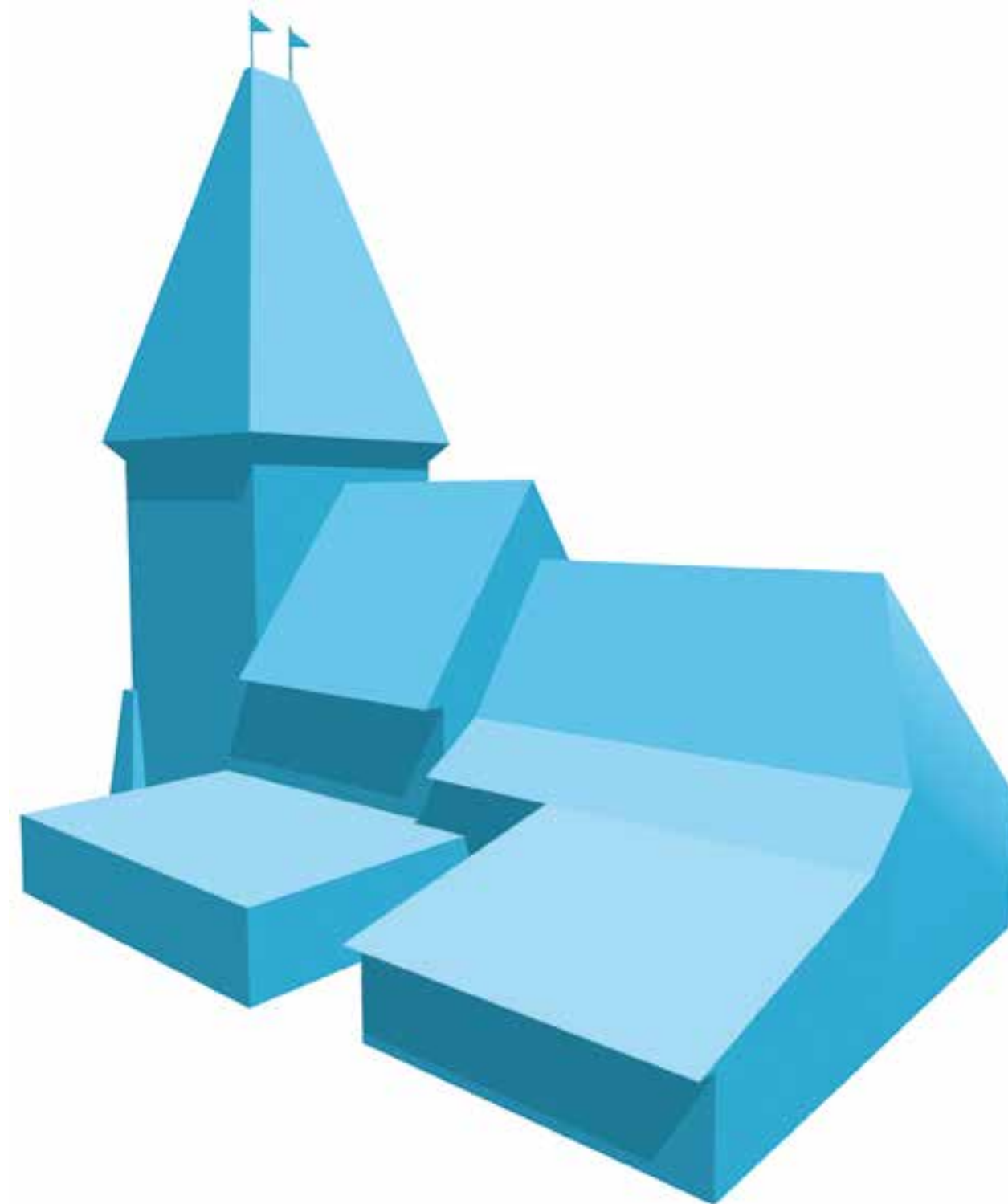
A l'avant, lithographie au plomb sur base de bois présentant le premier logo en forme de tour.





1910-62

Les années dans la tour



Depuis 100 ans, la société Knuchel Farben est installée à Wiedlisbach, pittoresque petite ville frobourgeoise située au pied sud du Jura.

Couronnée de succès, l'entreprise familiale en est aujourd'hui à sa troisième génération et compte quelque 80 collaboratrices et collaborateurs. L'histoire de la société permet de voir comment la petite entreprise artisanale est devenue une usine moderne de fabrication de peintures et de vernis.



Photographie aérienne de Wiedlisbach dans les années 40.

La société a été fondée par Ernst Knuchel, un homme d'affaires de Wiedlisbach volubile et passionné de musique. En 1910, il fait l'acquisition de la société chimique E. Herzog & Cie à Baden, dont il avait été co-proprétaire pendant un an. Alors que son partenaire rencontre des problèmes financiers, il décide de reprendre sa part dans la société et de reprendre l'activité à son propre compte.

Doté d'un grand dynamisme et du sens des affaires, le jeune homme de 28 ans n'a pratiquement aucune connaissance de l'industrie chimique, mais son souhait de devenir son propre patron est d'autant plus grand. C'est un véritable entrepreneur. Il ferme le site de production de Baden et, avec seulement quelques produits repris et une poignée de recettes, il édifie peu à peu une nouvelle petite entreprise artisanale dans sa commune natale. Cinq à six employés travaillent alors à ses côtés. Les bâtiments de l'entreprise sont installés dans différentes pièces de la tour et de la propriété familiale, qu'il transforme rapidement en atelier de production, en bureau et en entrepôt.

Autrefois, il n'existait encore que très peu de prescriptions en matière de construction à Wiedlisbach, et on pouvait sans problème remplacer d'étroites meurtrières par des fenêtres lumineuses. Ernst Knuchel agrandit en outre le bâtiment en construisant un garage équipé d'une pompe à essence. Il est particulièrement content de ce garage car son flair lui a également permis d'appréhender l'arrivée de l'automobile. Il aime sillonner le pays pour rendre visite aux clients et nouer de nouveaux contacts. Il joint aussi souvent l'utile à l'agréable. En se fiant à son sens de l'esthétique, il orne sa nouvelle entreprise d'une belle et imposante porte d'entrée et fait poser une plaque sobre moulée en acier sur le mur historique: Knuchel & Co. C'est ainsi qu'a débuté l'histoire riche en événements variés qui dure depuis 100 ans.

Photographie de la tour moyenâgeuse comprenant l'agrandissement des bureaux.

Naissance des premiers produits

Durant les premières années, Ernst Knuchel réalise un énorme travail d'organisation. Afin de garantir l'existence de la jeune entreprise, il cherche dès le début le moyen d'accroître la gamme et le volume des ventes de ses articles. De plus, afin de distribuer la palette de produits repris, dont font partie le produit pour nettoyer les métaux «Opalin», la graisse anti-corrosion «Corol» et l'huile adhésive pour courroies, il entreprend la commercialisation de graisses et d'huiles: huiles de moteur, d'automobile, de cylindre, de machine, de térébenthine, de fond – la liste est longue et s'allonge encore les années suivantes avec d'autres produits comme la graisse pour voiture et pour sabots et l'huile pour sols, toutes fabriquées chez lui. A l'époque, ces nouveaux produits sont tous formulés par des chimistes indépendants qui travaillent dans des laboratoires spécialement aménagés pour le développement de produits chimiques.

La poudre à badigeonner «Brillant» (Blanc-fix) – un agent blanchissant très demandé pour les innombrables cuisines noircies par la suie, mais également pour les étables et toutes autres pièces nécessitant un rafraîchissement, est un produit de la première heure d'une grande importance. Pour apporter un peu de couleur à tout ce «blanc», Ernst Knuchel lance également très rapidement les peintures à l'eau «Brillant» qui remportent un franc succès. Pour la fabrication, un tambour mélangeur en bois du XIXe siècle est acheté. Le gérant ne dispose pas des fonds nécessaires pour acquérir un modèle plus récent. A sa propre surprise, les peintures à l'eau deviennent en peu de temps un produit phare et, avec le vieux tambour, elles posent les premiers jalons de la future production de peintures et de vernis.

Avec la Première Guerre mondiale, les matières premières se font rares,



Wiedlisbach (Bern)



Le plus ancien document d'entreprise connu, datant de 1910.

Ernst Knuchel devant son garage.



la fabrication devient difficile et il est de plus en plus dur de trouver preneur pour les produits. A cela s'ajoute en 1918 la «grippe espagnole», qui conduira pendant longtemps à l'instauration de couvre-feux à Wiedlisbach et dans d'autres villages. Cela ne facilite pas les affaires – flexibilité d'action, créativité commerciale et persévérance sont des qualités plutôt recherchées... et heureusement présentes. Car la société réussit malgré tout à surmonter tous les désagréments.

La tour («Turm»): marque et site de production

Depuis le XIIIe siècle, la tour, emblème de Wiedlisbach, orne l'angle nord-ouest du rempart de la ville datant du Moyen-Âge. Vraisemblablement construite à l'origine pour loger les baillis frobourgeois et kybourgeois, la tour servira de silo à grain du XVIe au XIXe siècle. En 1842, Johann Knuchel (arrière-grand-père du fondateur de la société) fait l'acquisition de la tour et de deux bâtiments adjacents, qui resteront dès lors la propriété de la famille. Cet achat remonte indirectement à Napoléon qui a saisi les fonds publics à Berne et ainsi poussé le canton à vendre divers terrains et bâtiments. De 1910 à 1962, la tour et les deux bâtiments serviront de site commercial et de production pour la société Knuchel Farben. Aujourd'hui, ils remplissent à nouveau leur fonction d'habitation.

Ernst Knuchel

Fils de Rudolf et d'Elise Knuchel-Mägli, Ernst Rudolf Knuchel naît à Wiedlisbach en 1882 et est l'aîné d'une famille de quatre garçons. Son père est membre du conseil communal et sera durant toute sa vie un propriétaire de chevaux passionné. Dans la petite ville, sa mère tient un magasin de marchandises diverses, éveillant chez Ernst, dès son plus jeune âge, un vif intérêt pour le métier de commerçant. Après avoir étudié à l'Ecole supérieure de commerce de Neuchâtel et un apprentissage commercial chez un banquier privé à Bâle, c'est à Hambourg qu'il acquiert ses premières expériences professionnelles chez son oncle Johannes Mägli. Ce dernier est le consul suisse de la ville hanséatique et dirige une entreprise florissante d'exportation de montres et de négoce de café. Son oncle aurait aimé qu'Ernst Knuchel puisse rejoindre sa plantation et sa filiale au Guatemala, mais cela n'attire pas particulièrement le jeune homme. Au lieu de cela, il travaille durant trois ans à Paris, puis un an à Londres, où ses bonnes connaissances en français, en anglais et en espagnol lui permettent toujours de trouver des emplois intéressants.

De retour en Suisse, Ernst Knuchel travaille pour la société «Gerber Käse» à Thoun, ainsi que dans la fabrique Isola-Werke à Breitenbach. Cette dernière lui propose un poste de directeur d'usine en Inde. Mais il refuse également car il préfère rester en Suisse. Son souhait est de pouvoir travailler pour son propre compte. En 1909, il devient partenaire et co-propriétaire de la société E. Herzog & Cie à Baden. En 1910, il rachète l'entreprise qu'il dirige seul après l'avoir rebaptisée Knuchel & Co. Pendant de nombreuses années, son frère Eduard l'assistera au poste de responsable de fabrication.

En 1920, Ernst Knuchel épouse Bertha Klötzli de l'établissement de cure Moosbad dans l'Emmental. Ensemble, ils auront deux garçons: Markus (né en 1924, nommé par la suite Marc) et Gerhard (né en 1927). Ernst Knuchel décède en 1961 à l'âge de 79 ans.



1920

Reprise et première période florissante

Encouragé par le succès des peintures à l'eau «Brillant», Ernst Knuchel commence, au début des années 20, à développer sa gamme de peintures et à fabriquer les premières peintures à l'huile et peintures brillantes. Simultanément, il lance la marque déposée «Turm» – label de qualité garantissant la bonne résistance aux intempéries, le fort pouvoir couvrant et la parfaite résistance à la lumière des peintures. Aussi bien les ménages privés que le secteur industriel sont enthousiasmés par les peintures à l'huile, et ce notamment grâce à leur large éventail d'applications.

Dans le domaine des produits de protection du bois, on commence également à miser sur les peintures: le carbolineum est remplacé par le produit d'imprégnation du bois «Conservarius», proposé en différentes teintes pour l'imprégnation des granges et des clôtures. Pour entretenir les planchers en bois, l'entrepreneur lance le produit d'entretien «Marsol» et la teinture «Turm». Ces deux articles sont également disponibles en différentes teintes et se vendent aussi bien que les peintures à l'huile.

Ernst Knuchel a compris qu'il faut sans cesse s'adapter aux nouveaux besoins de l'industrie. Pour les bourreliers et les cordonniers, il fabrique l'huile pour cuir, le noir chimique et le lustre; pour les forgerons, le vernis d'asphalte, et pour les tonneliers le suif de cave servant à l'entretien des fûts de vin et de fruits. Son objectif est de fabriquer des produits de grande qualité.



Dans les années 20, l'entreprise récolte les premiers fruits de son travail. La reprise va de pair avec la relance économique en général et les nouvelles opportunités d'exportation succèdent à la Première Guerre mondiale. Le nombre de chômeurs chute et le pouvoir d'achat augmente. Dans la société également, le nombre d'employés passe de six à environ douze personnes et, pour la première fois, deux collaborateurs peuvent être embauchés dans

«Marsol» bénéficie d'une grande popularité dans les années 20 et 30.



le service externe. Ceci permet à l'entreprise de toucher un autre segment de clientèle pour les nouvelles peintures: magasins d'articles ménagers et quincailleries viennent s'ajouter aux entreprises artisanales, telles que bourreliers, forgerons, charrons et cordonniers, approvisionnées jusqu'à présent. A l'époque, les relations commerciales de la société sont concentrées en Suisse germanophone et dans la Principauté du Liechtenstein.

Première activité de publicité

A l'époque, mis à part le suivi personnalisé de la clientèle, la société détecte et exploite déjà les opportunités offertes par le marketing ciblé. Le logo de la marque déposée «Turm» est utilisé efficacement pour les produits et dans la correspondance. En parallèle, une série de carnets remplis de notes prouve l'ampleur de l'activité publicitaire dans les différents journaux Suisse alémanique et romande. Dans la «Gazetta Ladina», les produits «Turm» sont même présentés en langue rhéto-romane. Ernst Knuchel aime rédiger des textes, imaginer des concepts publicitaires et traduire ces derniers en français. Il s'adonne à ces activités pendant le calme des mois d'hiver. Durant cette saison, les ventes régressent fortement car les produits séchent difficilement dans le froid et l'humidité – même à l'intérieur des maisons. Mais c'est le bon moment pour prendre de l'avance en production et constituer un stock de produits finis.

Rencontré couramment dans les petites boutiques des environs proches et lointains, la teinture «Turm» se révèle être un important générateur de chiffre d'affaires.



Souvenirs

Marc Knuchel se souvient:

«Comme enfant, je me faufilais souvent les après-midi jusque chez ma grand-mère qui habitait dans un appartement directement au-dessus des locaux de fabrication. Elle me racontait des histoires passionnantes et avait toujours un biscuit à m'offrir. J'aimais ces moments passés sur ses genoux, mais je m'intéressais tout autant au monde mystérieux de la fabrique que j'ai pu découvrir à ces occasions. Il y régnait d'une part un bruit joyeux: les bruyantes machines qui cliquetaient, les centrifugeuses qui pétardaient, les tambours mélangeurs qui grinçaient – cela tapait de tout côté et me captivait inévitablement. Et, au-dessus de tous ces sons et de l'agitation laborieuse, régnait un air chargé, imprégné de résine chaude et d'huile de térébenthine. Je m'émerveillais de voir comment, à partir des huiles liquides, on pouvait faire apparaître telle ou telle peinture. Aujourd'hui encore, je peux encore entendre ces bruits et sentir l'odeur. L'espace de quelques secondes, je revis ces après-midi au cours desquels est née ma fascination pour les peintures et leur fabrication. Plus tard, quand mon frère Gerhard fut suffisamment grand pour pouvoir m'accompagner dans mes escapades chez notre grand-mère et à la fabrique, l'entrepôt de caisses des produits Blanc-fix est devenu l'un de nos terrains de jeux favoris: souvent, nous empilions les caisses en bois vides pour construire des tours – jusqu'au moment où nous les faisons tomber dans un joyeux vacarme.»



La jeune génération déjà impliquée dans le projet. (photo de 1930)

Marc à trois ans devant le garage de la fabrique.

Gerhard Knuchel raconte:

«Lorsque nous pouvions accompagner un collaborateur à la gare pour récupérer des matières premières, c'était un événement particulier. Autrefois, pratiquement tout était transporté par voie ferrée. La marchandise était placée sur un grand chariot à ridelles, puis nous unissions nos forces pour la tirer jusqu'à la tour. Heureusement, le chemin n'était pas long et il n'y avait aucune côte. Pour la brève montée de la rue jusqu'à l'entrée de l'entreprise, le chariot était accroché à un treuil. Pour sortir la marchandise du chariot, on utilisait une plate-forme élévatrice actionnée à la main. Les chariots élévateurs et les palettes n'existaient pas encore. L'ensemble du processus était un véritable événement qui nous amusait beaucoup.»



1930–51

La jeune Anna Schaad dans le bureau de la tour.



Temps de crise et tournant

Au début des années 30, avec l'apparition de la crise économique mondiale, la période florissante laisse à nouveau place à des années plus difficiles. Richesse d'idées et capacité d'adaptation sont à nouveau de rigueur. Ernst Knuchel décide de fabriquer en plus des produits à base de cire et ajoute à son assortiment l'encaustique à la cire d'abeilles, le vernis au tampon, le fart, la cire haute brillance «Turm» et le cirage «Turm». A cette époque, il lance également la teinture «Blenda» – une nouvelle teinture pour plancher qui sèche assez rapidement. Pendant environ 15 ans, ce sera un autre produit phare de la société. Même durant les temps difficiles de la seconde guerre mondiale, c'est la gamme de produits orientée vers le client (huiles, graisses, peintures et produits à base de cire) qui permet à l'entreprise de garder la tête hors de l'eau. Car on doit à nouveau se battre pour tout: la plupart des matières premières se fait rare et est contingentée par l'administration cantonale. Avant le début de la guerre, Ernst Knuchel a cherché à contracter un crédit auprès des banques afin de se constituer un stock de matières premières – mais en vain. Ainsi, durant quelques années, les carnets sont remplis de commandes qui ne peuvent pas être honorées. Le service externe doit également être arrêté car tous les carburants sont réservés pour l'armée. L'homme d'affaires aime ses déplacements commerciaux et les poursuit jusqu'à ce qu'il n'y ait plus une goutte d'essence dans sa propre pompe. Toutefois, même en temps de crise, la chance entrepreneuriale ne quitte pas Ernst Knuchel. Malgré les difficultés, il peut construire un agran-

dissement qui servira de bureau, ainsi qu'un entrepôt supplémentaire. Cela montre à quel point il est actif – un homme qui n'abandonne pas rapidement et qui se bat, sans oublier de prier et de chanter également souvent. En effet, sa foi et la musique sont ses deux grandes sources d'énergie. D'autre part, dans les situations difficiles, la société doit bien sûr sa survie à la fidélité de ses clients et principalement à ses collaborateurs qui, durant de nombreuses années, ont fait don de leur personne et de leur savoir au profit de l'entreprise. Voici deux proches de longue date:

Anna Schaad

Après un apprentissage commercial effectué dans l'entreprise, elle a marqué la société de son empreinte durant 45 ans (de 1930 à 1975) grâce à un engagement indéfectible et une grande compétence technique. C'était



La nécessité est mère de l'invention... Une série de nouveaux produits – tels que l'encre stylographique présentée ici – aidera la société à surmonter la crise des années 30 et 40.

sa retraite. A cette époque-là, la production était parfois risquée: outre les plaques chauffantes électriques pour les produits à base de cire, il y avait également un feu ouvert dans lequel les solvants étaient chauffés dans un bain d'eau. De plus, l'atelier de fabrication était exigu et les différentes machines qui, en fonction de l'utilisation, étaient reliées à une installation de transmission avec moteur d'entraînement, étaient très proches les unes des autres. Dans ce lieu, la plus grande prudence s'imposait – et a toujours été de rigueur grâce au frère du fondateur de la société: aucun incendie portant à conséquence ne s'est jamais déclaré durant toutes ces années. Sans oublier non plus la musique du soir: à la fin de la journée de travail, Eduard Knuchel s'adonnait à un rituel qui consistait à se retirer sur les poutres juste au-dessous du toit de la tour pour jouer de l'harmonica.

L'après-guerre

Après la guerre, la situation se redresse lentement. En 1948, la fabrication de la poudre à badigeonner «Brillant» peut être rationalisée grâce à un petit agrandissement sur deux niveaux. Composée d'un tambour mélangeur, d'un silo et d'une station de remplissage semi-automatique, une installation moderne vient remplacer le tambour mélangeur acheté dans les années 10. Le procédé de fabrication qui nécessitait jusqu'à présent un important travail manuel, notamment pour le remplissage, est considérablement simplifié grâce à la nouvelle installation.

L'investissement est arrivé au bon moment: car, sans ce gain de temps, il n'aurait pas été possible de faire face aux fulgurantes augmentations de salaire allant de pair avec la reprise économique d'après-guerre. La rationalisation très importante par le remplacement du premier tambour mélangeur revêt donc un caractère symbolique – elle marque un tournant et annonce les multiples bouleversements des années à venir.

une collaboratrice talentueuse et polyvalente qui intervenait sur tous les fronts. Ses tâches principales étaient la gestion administrative du bureau et la comptabilité. Elle a formé plus de 20 apprentis. Personne ne connaissait l'activité mieux qu'elle. Il paraît qu'au téléphone, elle identifiait tous les clients à la voix et connaissait par cœur leurs adresses. Elle n'avait pas besoin de calculatrice car elle pouvait tout calculer de tête de manière très efficace et rapide. Ernst Knuchel pouvait à tout moment s'en remettre entièrement à elle, en particulier durant ses absences.

Eduard Knuchel

Ernst Knuchel pouvait tout autant compter sur son frère cadet Eduard. Grâce à l'acquisition de parts, celui-ci a rejoint la société dès les années de fondation en tant que commanditaire et s'est occupé avec un grand soin de la fabrication des produits au poste de chef de fabrication jusqu'à

1952-61

Le début d'une nouvelle ère...

La seconde moitié du XXe siècle est marquée par un profond changement structurel et par la croissance. La grande majorité des métiers, tels que tonnelier, bourrelier, forgeron de charrues et charron, disparaît au profit de nouvelles professions. En raison de ces changements de conditions de marché, les produits à base de cire et d'huile traditionnels ne cessent de perdre de l'importance. Même dans le secteur de la construction, de profonds changements se profilent. Moquettes, linoléum et sols plastiques détrônent les planchers en bois largement répandus à l'époque, ainsi que les produits correspondants fabriqués jusqu'alors, comme les produits «Marsol», «Turm» et «Blenda».



Les fils sont prêts à reprendre la société.

Marc Knuchel dans le laboratoire de peintures à Krefeld.



C'est le début d'une nouvelle ère et l'on recherche des produits innovants. L'entreprise est à la hauteur de ce défi: en 1952, les deux fils du fondateur, Marc et Gerhard, reprennent la société de leur père. Ils commencent à mettre leurs connaissances techniques nouvellement acquises au service de l'entreprise et à assurer la fabrication des peintures et des vernis. L'innovation est marquée par l'utilisation de résines alkydes récemment inventées. Ces dernières ouvrent de nouvelles opportunités pour la fabrication de peintures et de vernis et supplantent de plus en plus les produits à base d'huile de lin et de résine naturelle. Grâce aux résines synthétiques, la qualité s'améliore considérablement: au niveau de l'application, l'adhérence, la vitesse de séchage, la résistance au jaunissement, la durabilité et la résistance aux températures.

Tout juste sorti de l'Ecole d'ingénieurs de Krefeld (Allemagne) spécialisée dans les peintures et les vernis, Marc Knuchel ne pouvait pas attendre le moment de pouvoir essayer et transposer ces nouveaux acquis dans sa propre entreprise. Progressivement, il développe avec son équipe les premières peintures à base de résine synthétique et bientôt les premières peintures de dispersion diluables à l'eau. Au départ, les valeurs empiriques font défaut. Pendant plusieurs années, les nouveaux produits doivent être contrôlés et



sans cesse améliorés du point de vue de la résistance aux intempéries. Une fois que les matières premières à base acrylique sont disponibles, la percée est possible. La société sait utiliser au mieux ces matériaux et est donc l'une des premières entreprises de Suisse à proposer une peinture de dispersion à base acrylique de premier choix. Par rapport aux dispersions traditionnelles, les avantages de cette dispersion satinée «Durovit» sont si convaincants que le produit ne requiert pratiquement aucune publicité. En parallèle, la société fournit également un travail intensif en vue de développer de nouveaux produits supplémentaires, les principaux étant le vernis-émail à base de résine synthétique «Brillant», le vernis à deux composants pour la vitrification des sols et des parquets, le vernis industriel «Brilac», les lasures de protection du bois, ainsi que diverses couches de fond et de finition anti-corrosion. Les nouveaux produits connaissent un franc succès et permettent ainsi de compenser la perte de chiffre d'affaires sur les articles chimiques. La restructuration dure plusieurs années et concerne l'assortiment ainsi que l'organisation d'une nouvelle structure dédiée à la clientèle.

Les premières expériences de la seconde génération

Pendant huit ans, Marc et Gerhard Knuchel peuvent compter sur le soutien et le savoir-faire de leur père. Jusqu'à sa 79^e année, Ernst Knuchel se consacre aux tâches comptables et prodigue à ses fils de nombreux et précieux conseils commerciaux.

Message publicitaire «Brillant» des années 50.

Gerhard Knuchel raconte: «Au début, notre père nous a dit: si vous ne faites aucun déplacement commercial pour chercher à nouer de bons contacts, vous pouvez aussi abandonner la production. Les clients sont le B-A-ba – sans eux, rien ne fonctionne. C'est ainsi qu'avant même de reprendre la société, nous avons tous les deux dû nous jeter à l'eau et partir en déplacements commerciaux. Je dois avouer qu'au début, cela m'a demandé quelques efforts. Comment dois-je m'y prendre? Est-ce que j'en sais suffisamment sur nos produits? Toutefois, je n'ai éprouvé ce sentiment de malaise qu'au début. Il ne m'a pas fallu longtemps avant de m'y consacrer corps et âme, dans la plus grande joie. L'entretien personnalisé avec les clients me tenait à cœur. La réussite des ventes était une motivation, mais passait au second plan. Pour moi, le côté humain tenait toujours la première place. Durant mes 50 années d'activité commerciale, j'ai parcouru plus de 50 000 kilomètres par an. Tout comme notre père, mon frère et moi-même avons également commencé modestement: avec un petit carton rempli de 24 boîtes de vernis-émail «Brillant» 125 grammes, nous partions en déplacements et faisons ainsi connaître nos nouveaux produits dans les magasins de marchandises diverses et les quincailleries. C'est en 1956 qu'est apparu le premier présentoir de vernis-émail avec des boîtes de différentes tailles et plusieurs teintes. C'est ainsi que notre assortiment s'est régulièrement étoffé.»

Boîte «Brillant» avec le logo de pierre précieuse qui n'a fait qu'une brève apparition.



A partir de 1956, les premiers présentoirs de vernis-émail sont mis à disposition.

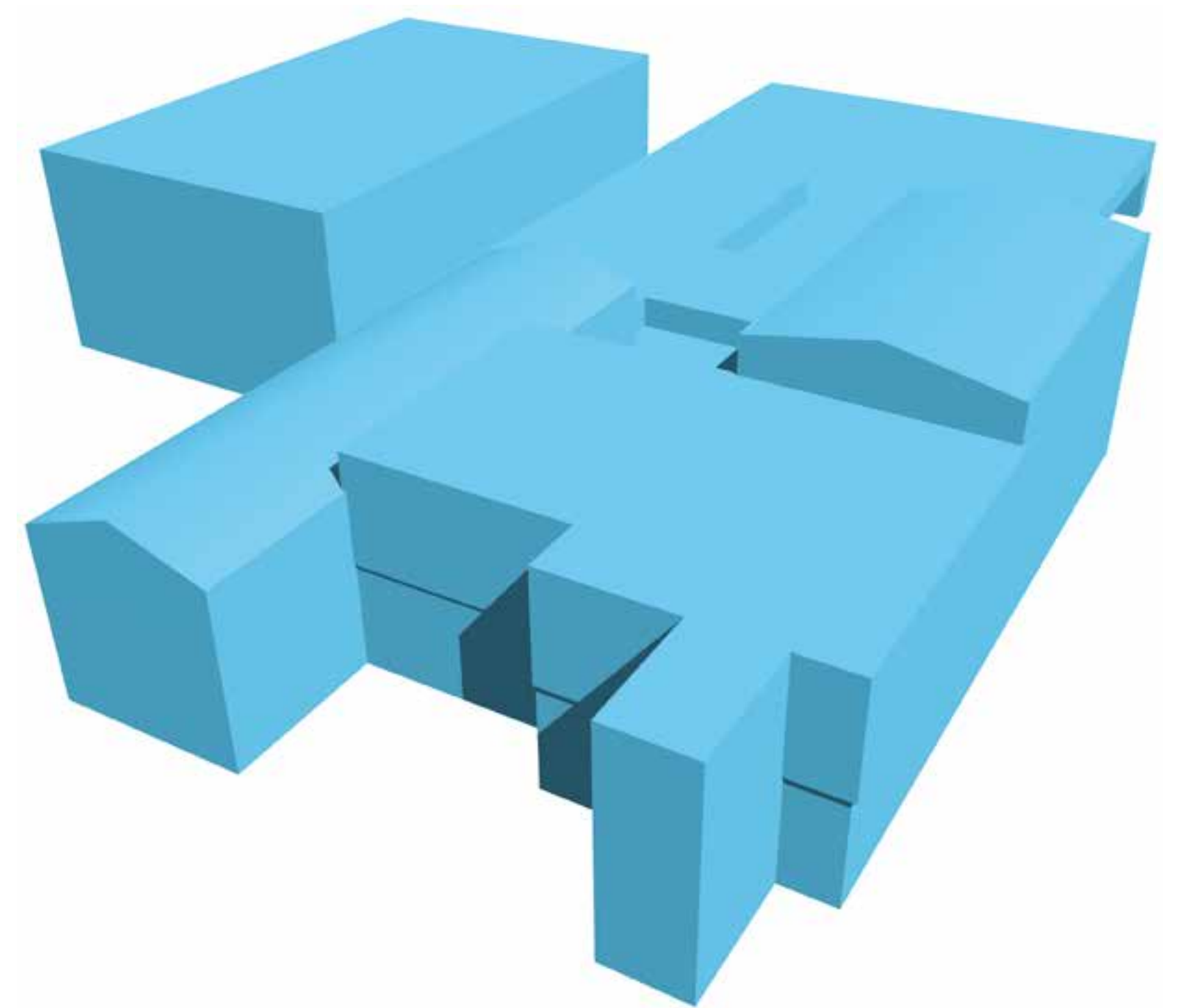
Marc Knuchel relate: «C'était une période fatigante, mais passionnante. Tout a commencé très lentement, nous avions plein d'idées et peu d'argent. Certes, les comptes de la société que nous avons reprise de notre père n'étaient pas dans le rouge, mais celle-ci nécessitait de nouveaux investissements, ainsi qu'un changement d'orientation total. Nous étions jeunes et stimulés par les opportunités qui se présentaient. Nous voulions apporter de la nouveauté, créer des produits innovants et de qualité. Notre but n'était pas de gagner le plus possible. Ce que nous gagnions, nous l'investissions dans la société. Nous nous identifions à la société et pouvions compter sur une bonne équipe. Et la chance nous souriait: dès le début, mon frère et moi avons formé une très bonne équipe. Nous nous faisons confiance et avons trouvé la meilleure répartition du travail qui soit. Pendant que Gerhard se consacrait entièrement à l'organisation d'une nouvelle structure dédiée à la clientèle et aux tâches administratives, je m'occupais à développer de nouveaux produits, à recueillir des valeurs empiriques, à améliorer les formules et à déceler les matériaux de qualité. Je développais, je vérifiais, je comparais – nous misions sur la meilleure qualité qui soit.»

La fleur introduite autour de 1956 est à l'origine de la forme actuelle du logo de l'entreprise. Elle a été spécialement conçue pour la ligne de vernis-émail qui fait encore aujourd'hui partie de l'assortiment.



1962-2010

Site de Steinackerweg



A la fin des années 50, la place vient à manquer dans la tour et les bâtiments adjoints et les surfaces conçues en partie à des fins d'habitation ne sont plus adaptées à la production rationnelle de peintures et de vernis.



Un nouvel agrandissement du site existant n'est pas possible – l'espace y est insuffisant et les modifications prévues trop importantes. En outre, la famille tient à soutenir les efforts naissants en faveur du maintien du caractère unique et chargé d'histoire du site. De même, il faut tenir compte des nouvelles prescriptions en matière de protection incendie incitant à quitter l'enceinte de la ville au profit de la zone industrielle.

Des idées de construction sont échangées avec des spécialistes. Dès 1962, un grand atelier de production de peintures et de vernis, érigé selon les dernières connaissances en matière de construction en éléments préfabriqués, peut être inauguré. Au début des années 60, de nouvelles méthodes de fabrication de peintures sont développées. De nouveaux disperseurs et broyeurs arrivent sur le marché et peuvent être directement montés et mis en service dans l'atelier de production de Steinackerweg. A l'époque, l'équipement comprend déjà un laminoir triple, des broyeurs à boulets, un broyeur colloïdal, des dissolvants performants, des cribles et des installations de filtrage, divers mélangeurs, une machine de remplissage, des balances, ainsi que différents broyeurs à billes vers la fin des années 60.

«C'était absolument formidable», se souviennent les deux frères. En effet, en termes de qualité de produits, un nouveau monde s'ouvre une fois de plus à eux. Les résines synthétiques ont déjà considérablement amélioré la qualité. Mais à présent, avec les nouvelles machines, les moyens techniques pour fabriquer les peintures et les vernis avec la pureté et la finesse de grain souhaitées, sont donnés. La nouveauté est par ailleurs marquée par les chariots élévateurs et les palettes Euro qui deviendront incontournables. A l'époque, ils sont révolutionnaires, simplifiant fondamentalement le processus de fabrication et l'entreposage. L'arrivée simultanée de la nouvelle construction et des dernières machines a permis le développement d'une entreprise industrielle progressiste et performante.



Daniel et Herbert Knuchel devant la première construction d'atelier.

1962-74



Nouvelle construction révolutionnaire

Avec le transfert de la production à Steinackerweg, Marc et Gerhard Knuchel envisagent bientôt une nouvelle étape de construction. En effet, les bureaux, les entrepôts et les expéditions sont toujours installés sur le site de la tour, obligeant l'entreprise à faire face à de considérables défis logistiques. Les marchandises et les récipients vides sont péniblement transportés d'un site à l'autre au moyen d'un bus VW, faisant perdre du temps et

de précieuses ressources. En 1967, les provisions financières nécessaires sont constituées pour entreprendre le plus grand projet de construction de l'histoire des Knuchel Farben: une nouvelle construction comprenant un entrepôt à rayonnages en hauteur de 12 mètres de haut pour les produits finis et intégrant le service d'expédition. Le fait de pouvoir fabriquer «en gros», stocker sur place et livrer directement les produits finis permet de rationaliser nettement le traitement des commandes. Toutes les commandes peuvent à présent être honorées rapidement et à moindre coût, ce qui renforce de façon décisive la position de la société sur le marché. C'est pendant cinq longues années que l'entreprise est de nouveau réunie «sous le même toit», après que les bureaux ont également trouvé leur place dans la nouvelle construction.

Knuchel Farben a le vent en poupe

Le nouveau bâtiment logistique ne sert pas uniquement à raccourcir les processus de travail. Le concept revêt un caractère pionnier et est d'autant plus remarqué par le public. Il s'agit à l'époque du premier entrepôt à rayonnages en hauteur utilisé dans l'industrie de la peinture en Suisse. De nombreux visiteurs se déplacent pour se faire une idée de ce projet d'avenir. La notoriété de l'entreprise et la confiance qu'elle inspire augmentent, générant ainsi des contacts et une collaboration avec des entreprises de peinture et des grossistes qui marquent la société de leur empreinte et lui apportent un plus dans différents domaines de l'extension de la gamme.



L'ossature de l'entrepôt à rayonnages en hauteur est prête.



Les éléments préfabriqués en béton pour l'entrepôt à rayonnages en hauteur sont livrés et posés. (image fixe d'un film documentaire datant de 1967)

La société accumule les expériences dans le secteur de la protection des bâtiments et anti-corrosion. En raison de grosses commandes pour la rénovation des citernes à mazout, la gamme est complétée par des systèmes époxy à 2 composants. En 1967, l'entreprise fait également un grand pas en avant dans le domaine des vernis industriels pour bois avec le rachat de la société Dr. Rittmeyer à Erlen.

Réseau de relations

A cette époque, une relation contractuelle à long terme débute avec la société Motorex à Langenthal, permettant ainsi de fabriquer des couches de fond anti-corrosion et des vernis pour véhicules dans le secteur des machines agricoles. Au fil des ans, la collaboration aboutit à la création d'une nomenclature utile comprenant plus de 1000 teintes originales.

A l'époque, les relations commerciales avec le grossiste en peintures August Schoch à Olten sont également d'une grande importance. De 1965 à 1992,

celui-ci a l'exclusivité des produits Knuchel pour la clientèle de peintres dans la Suisse allemande. En tant que spécialiste reconnu, il donne à la société de nombreuses et précieuses impulsions pour optimiser les produits.

La collaboration avec Willy Maurer, qui rejoint l'entreprise en 1969 en tant que représentant pour la Suisse francophone, est tout aussi déterminante. W. Maurer dispose d'une grande expérience professionnelle et, dans la mesure du possible, supervise personnellement les projets de ses clients. Marc Knuchel raconte qu'on le voyait plus souvent dans le rôle de démonstrateur en survêtement sur les échafaudages que vêtu d'un élégant costume de représentant. Grâce à ses suggestions pratiques, Willy Maurer contribue largement à améliorer les techniques d'application des produits. Sa collaboration permet d'acquérir une richesse d'expériences avec les peintures de protection des bâtiments et les vernis de recouvrement des fissures. De nombreux produits sont en outre soumis à des tests de dureté, comme par exemple à la Brévine (NE) « sibérienne » ou en Valais, au niveau des équipements installés à une altitude de 1500 à 2000 mètres.

1975 – 82

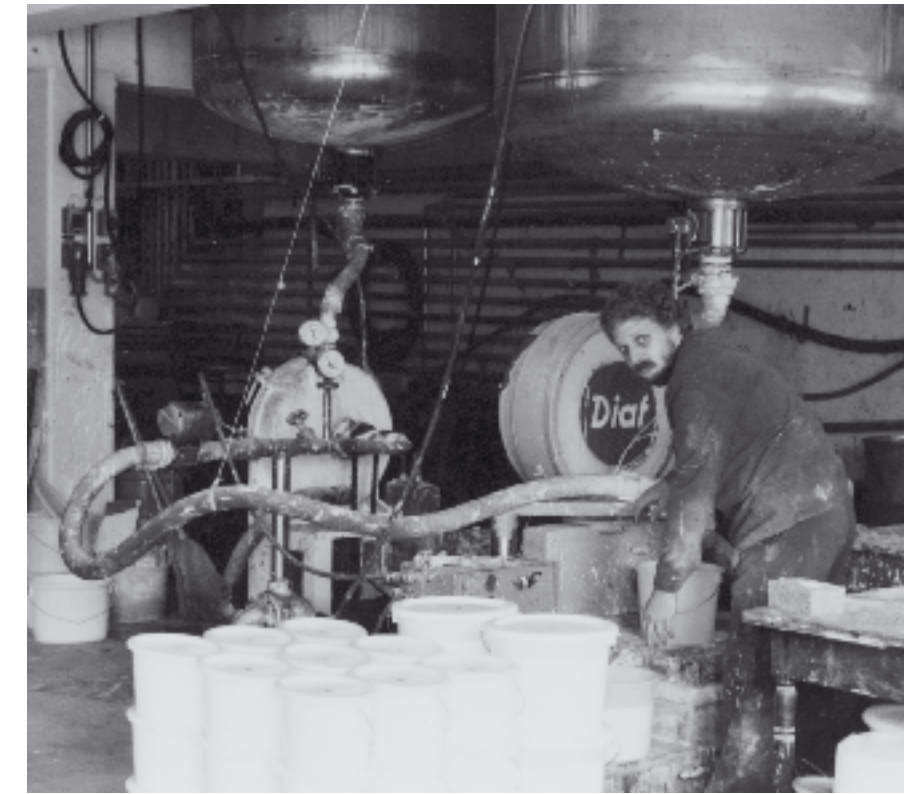


Construction d'un nouveau bâtiment

En 1975, pour faire face à la forte croissance du volume des commandes, un atelier de fabrication est construit sur trois niveaux. On y installe un dissolvant hautement performant avec quatre grands conteneurs. Arrivant d'Angleterre, la puissante installation sert à la fabrication rationnelle de peintures de dispersion, de peintures anti-corrosion, de lasures pour bois et d'imprégnations. Du fait de sa conception imposante, elle fait aujourd'hui encore partie du cœur de la production des peintures Knuchel. Les effets de la rationalisation sont considérables: le temps de fabrication d'un kilo de peinture de dispersion, incluant le criblage et le remplissage, passe de 3 minutes à 15 secondes.

Réaffectation de la tour

Petit à petit, les anciens ateliers de production dans l'enceinte de la ville sont rénovés, les bâtiments d'entreprise démolis et les locaux de fabrication transformés en plusieurs appartements et une salle communale. La fin des années 70 voit l'arrivée en Suisse de demandeurs d'asile avec le flux de réfugiés venant du Laos et du Vietnam. A cette époque, la rénovation des trois appartements est juste terminée et les familles de Gerhard et Marc Knuchel décident d'héberger un groupe de réfugiés. Ce contact offre la possibilité de proposer à plusieurs réfugiés un emploi dans la fabrique. Deux de ces collaborateurs y travaillent toujours: l'un depuis 29 ans, l'autre



Roland Schöni et le dissolvant encore récent à l'époque. (photo de 1978)



Dès 1978, le premier ordinateur de comptabilité est mis en service.

depuis 23 ans. Au fil des ans, ils ont tous les deux acquis une connaissance spécialisée approfondie et viennent enrichir le personnel principalement originaire de Suisse et d'Europe.

L'ère de l'informatique

Très tôt, l'informatique fait son entrée dans les bureaux. Dès 1969 est introduit le système de cartes perforées qui permet certes de simplifier l'enregistrement des chiffres de ventes et la comptabilité, mais qui est compliqué à manipuler car l'exploitation des cartes ainsi que l'impression doivent être réalisées sur un grand ordinateur à Bâle. A l'époque, ces grands ordinateurs coûtent plus d'un million de francs – un montant bien supérieur au budget d'une petite entreprise. Neuf ans plus tard, grâce à un investissement de 120 000 francs un premier ordinateur à disquettes peut être acheté auprès de la société Inteco. Le premier bilan mensuel électronique réalisé le 31

janvier 1978 constitue un événement marquant dans l'histoire de la comptabilité de l'entreprise. Neuf ans plus tard arrive le système informatique UNIX, qui est encore utilisé aujourd'hui et toujours adapté au dernier état de développement.

Co. devient SA

En 1979, la forme juridique est adaptée à la taille atteinte par l'entreprise: la société en commandite «Knuchel & Co.» se transforme en deux sociétés anonymes, Knuchel Farben SA et Knuchel Immobilien SA. Cette séparation claire entre la Farben SA assurant l'activité opérationnelle et la Immobilien SA en charge de la gestion immobilière, offre la transparence nécessaire pour la clientèle et donc pour la croissance future. Les familles de Marc et Gerhard Knuchel disposent du même nombre de parts dans les actions nouvellement émises.

1983 – 85



Création de nouveaux bureaux et d'un laboratoire

La société enregistre une belle croissance et atteint à nouveau ses limites en termes d'espace. En 1983, la construction d'une cage d'escalier permet de surélever les bureaux et d'intégrer un laboratoire aux équipements modernes. Cela fait longtemps que Marc Knuchel attend ce laboratoire. Pendant 30 ans, il a dû mener ses recherches avec une petite équipe dans des conditions rudimentaires. Si on lui demande comment il a toutefois réussi à développer des produits qui, aujourd'hui, enrichissent toujours aussi durablement le marché suisse des peintures, il répond que, mis à part les échanges intensifs avec les clients, cela a principalement été possible grâce à ses bonnes relations avec les fournisseurs de matières premières: «grâce à eux, j'ai pu acquérir une connaissance très approfondie. La plupart du temps, je recevais personnellement les fournisseurs et prenais le temps de discuter avec eux des avantages et des propriétés de leurs produits. C'est ainsi que j'ai obtenu de précieux conseils qui allaient bien au-delà des informations sur les fiches techniques. En outre, les visites régulières au salon de la chimie «Achema» à Francfort ont été très profitables, ainsi que les échanges vivement entretenus avec trois camarades d'études devenus des amis à vie. Tout cela a permis de réduire considérablement le travail de laboratoire.»

Grâce aux postes récemment créés dans le laboratoire et aux nouveaux outils, dont entre autres une installation de vieillissement accéléré et un



Entrée et cage d'escalier après la surélévation en 1983.



Les deux collaborateurs Robert Furrer (à d.) et Marco Cottorino lors d'une réception publicitaire COLORAMA.

four chauffant à 1000 °C, la société peut à présent se concentrer encore davantage sur le développement de nouveaux produits.

Colorimétrie assistée par ordinateur

Gerhard Löffel, employé de 1958 à 1992, maîtrise comme personne l'art du mélange manuel des couleurs à vue d'œil. L'augmentation du volume des commandes conduit en 1982 à l'acquisition pionnière d'un ordinateur de colorimétrie et de formulation «Zeiss». Si, auparavant, un œil formé, l'expérience et l'intuition étaient indispensables pour nuancer les couleurs, l'installation permet à présent de mettre au point une formulation rapide et précise pour n'importe quelle teinte.

Magasin de vente de la société

Depuis l'ère de la tour, la «vente à la fabrique» n'a cessé de se développer et est de plus en plus appréciée par les clients en raison du conseil personnalisé et de la qualité exceptionnelle des produits. Du fait de la surélévation des bureaux, les locaux du bas sont libres, ce qui permet d'installer un premier magasin de vente. Le guichet «comme à la poste» a fait son temps.



La colorimétrie moderne permet d'effectuer des déterminations de haute précision.

1986–92



Nouveau concept de protection de l'environnement

Dès 1986 survient une nouvelle phase de construction qui s'étend sur plusieurs années. Elle est entièrement placée sous le signe de la protection environnementale. De nouvelles prescriptions concernant l'Ordonnance sur la protection de l'air et des eaux, la protection incendie et d'autres ordonnances sur les accidents majeurs, entrent en vigueur et sont mises en œuvre au fur et à mesure en opérant de gros investissements. Grâce à la prise en compte précoce de l'Ordonnance sur la protection de l'air et sur les déchets, ainsi qu'à l'excavation des ateliers de fabrication, d'importantes conditions préalables sont à cette époque déjà remplies. Ceci permet de répartir les investissements sur plusieurs années et témoigne de la vision politico-environnementale à long terme de la société. Dans le contexte général, cette cinquième étape de construction est la moins importante. D'un point de vue financier, elle représente toutefois un grand défi. A la fin, les investissements n'aboutissent ni à un effet de rationalisation, ni à un accroissement de la compétitivité. Il s'agit beaucoup plus de veiller à l'environnement et de garantir le développement de la société – la croissance à long terme de l'entreprise était et reste l'objectif.

Aujourd'hui, la société est conforme à toutes les ordonnances sur la protection de l'environnement et a été classée par l'EKP (groupe de travail cantonal pour la prévention des catastrophes dans les entreprises) comme «exemplaire» dans l'industrie de la peinture en Suisse.



L'entreprise est équipée d'un système moderne de sprinklers.

Aperçu des mesures environnementales

Ordonnance sur la protection de l'air

- Installation dans les deux ateliers de fabrication de filtres d'air frais et de séparateurs de poussières, garantissant d'une part la bonne qualité de l'air à l'intérieur et évitant d'autre part la propagation des poussières fines dans l'environnement.
- L'acquisition de machines de production respectueuses de l'environnement comprend l'achat en 1985 du premier modèle fermé du broyeur à billes.
- Pour les recettes nécessitant des solvants volatils, l'entreprise utilise un dissolvant sous vide.
- Pour les nouvelles acquisitions, les modèles fermés sont largement préférés, vu qu'ils peuvent être nettoyés facilement même à position fermée.
- Le concept de protection de l'air est poussé au-delà des dispositions légales: les émissions moyennes s'élèvent à seulement 10% de la valeur autorisée.

Ordonnance sur les accidents majeurs

- Remplacement de l'atelier en fibres-ciment servant à stocker les matières premières par un atelier de fabrication résistant au feu.
- Enfouissement dans la terre de l'ensemble des 14 réservoirs de solvants double paroi.
- Tous les bâtiments de fabrication sont excavés et conçus sous forme de bassins de récupération.

Protection des eaux

- Protection des terrains de l'exploitation et mise en place d'une canalisation pour substances chimiques avec réservoir de récupération.
- Construction d'un système d'arrêt pour la canalisation de collecte dans un but de protection des eaux.
- Séparation des eaux industrielles du reste des eaux usées de l'entreprise et installation d'une station d'épuration entièrement automatisée.

Protection incendie

- Mise en place de 11 compartiments coupe-feu à l'intérieur du bâtiment.
- Installation de sprinklers dans l'entrepôt à rayonnages en hauteur. Afin de renforcer davantage la sécurité, tous les locaux de la fabrique ont été équipés de l'installation, y compris les bureaux.
- En cas d'incendie, un réservoir d'eau d'une capacité de 200 000 litres constitue une réserve supplémentaire d'eau d'extinction.

Protection de l'environnement – toujours d'actualité

- Installation de récupération de chaleur qui intègre dans le système de chauffage l'énergie produite durant les processus de travail.
- Utilisation d'électricité verte: autre signe d'une approche environnementale respectueuse des ressources.

1993–2001



Le nouveau médium «graphisme par ordinateur» a été utilisé pour la publicité, de manière à la fois précoce et intelligente.

L'arrivée de la troisième génération donne un nouvel élan à l'entreprise. Adrian Knuchel et son frère Herbert ont fait leurs débuts dans la société en 1982. Christine Knuchel est arrivée en 1988, Gerhard en 1992. Adrian, qui, outre sa formation commerciale, a effectué une formation en marketing, a repris la publicité, les produits ainsi que la direction administrative. Herbert, fort de sa formation de peintre et de son diplôme fédéral dans le domaine, s'est chargé, pendant 20 ans, de la production et de la logistique. Christine, s'est quant à elle, chargée de la comptabilité. Gerhard, en tant que chimiste ETH spécialisé dans les peintures et les vernis, a travaillé sur la recherche et le développement de nouveaux produits.

Nouveau vent dans la Corporate Identity et la publicité

Dans les années 90, d'importants jalons ont été posés pour le positionnement futur de l'entreprise sur le marché. Selon les dires d'Adrian Knuchel, sa rencontre avec le graphiste Markus Beer en 1992, lors de son service civil, fut le fruit du hasard: «Dès le début, nous nous sommes très bien entendus et sa façon ouverte et peu conventionnelle d'aborder le marketing m'impressionnait.» C'était le temps des premiers balbutiements du graphisme par ordinateur, de nouvelles possibilités de visualisation apparaissaient. Ensemble, les deux partenaires donnèrent un coup de jeune à la fleur de Knuchel et créèrent, avec succès, de nouvelles étiquettes, de nouveaux prospectus et de nouveaux noms de produits – c'est l'entreprise tout entière qui vit son image se métamorphoser, se moderniser. D'importantes



décisions relevant de la stratégie marketing ont été prises avec l'objectif de renforcer le positionnement de l'entreprise sur le marché et de communiquer clairement sur la diversité des produits.

Produits diluables à l'eau

En se concentrant sur les peintures de protection des bâtiments diluables à l'eau, la société fit un pas important au début des années 90. Dans le

Le stand de la foire «Swissbau» en 1995.

secteur des peintures, la conscience environnementale croissante a lancé la mode des peintures écologiques et des systèmes à base d'eau. Avec l'enregistrement de la marque «BLENDA» en 1994, ces produits nouvellement développés ont été regroupés sous l'enseigne «BLENDA-SWISS-LINE». En 1995, la ligne a été présentée au public pour la première fois, à l'occasion de la foire «Swissbau» à Bâle. Dès lors, elle a sans cesse été complétée et affinée par de nouveaux produits. Par ailleurs, ses applications touchent de plus en plus le domaine industriel. Le nom «Blenda» se réfère à un produit Blenda qui avait été lancé dans les années 30 par le fondateur de la société Ernst Knuchel et qui avait connu un franc succès pendant de nombreuses années.



Des développements créatifs et spécifiques aux clients

Knuchel Farben s'est toujours démarqué par ses produits riches en idées pour les domaines de la décoration et de la création d'effets, et s'est fait un nom à coups de développement diversifiés et orientés vers l'avenir. Développer des produits sur mesure pour ses clients, par exemple un vernis spécial pour les plaques de cuisson en vitrocéramique ou un vernis pour les verres de sécurité comme les pare-brises des locomotives ou des avions, constitue une des forces de l'entreprise.

Gerhard Knuchel jr.: «La réalisation des souhaits spécifiques n'est pas toujours rentable mais nous l'encourageons toujours. La recherche de solutions accroît la créativité et procure du plaisir. En outre, nous apprenons toujours de nouvelles choses sur les matières premières et leurs nombreuses possibilités d'application. Et il est extrêmement motivant de pouvoir proposer au client un produit parfaitement adapté à ses besoins.»

COLORAMA

La «vente d'usine», développée afin de répondre à une importante demande, a connu une évolution très rapide grâce à l'engagement de Robert Furrer.



La façade du premier magasin COLORAMA à Wiedlisbach.

Robert Furrer: «Lorsque nous avons ouvert notre première boutique de vente en 1983, j'étais souvent seul à servir les clients dans le magasin, et je les connaissais tous personnellement par leur nom. Au fur et à mesure, nous avons élargi notre offre, ce qui était très apprécié. Finalement, la surface de vente devint trop étroite, une équipe de vendeurs est devenue nécessaire et il nous fallut trouver une meilleure solution.» En 1999, un bâtiment industriel voisin put être acquis et se révéla parfait pour la vente sur site. Le temps était venu de créer une plateforme de vente adaptée au marketing, de développer géographiquement le concept «vente d'usine» qui connaissait un beau succès et d'avoir recours à certaines relations de clientèle existantes. Pour des raisons de stratégie de marketing, il était nécessaire de trouver un nom pour le projet de vente en gros.

Adrian Knuchel: «Nous souhaitons un nom facile à retenir, qui se réfère au mot «couleur» et qui puisse être facilement exprimé dans les quatre langues du pays – ce qui n'était pas nécessairement le cas de Knuchel. Le concept de vente COLORAMA est né d'une collaboration étroite avec notre graphiste Markus Beer.» C'était la naissance de la nouvelle marque qui a été déposée en 2000.

Système à teinter MIX

Le système très moderne à teinter vernis-dans-vernix MIX a été lancé parallèlement à la fondation de la ligne de distribution COLORAMA. Le travail manuel nécessaire à la création de nuances personnalisées a été remplacé par une nouvelle mélangeuse entièrement automatique permettant un mélange direct dans les seaux ou cuves de conversion pré-remplies. Ce procédé de création de teintes présente de nombreux avantages comme un mélange en milieu fermé, un plus faible entreposage, une flexibilité et une reproductivité accrues. En outre, il allège le travail du service de création



Départ au réseau: le premier site internet de l'entreprise.

de nuances (service de mélange). Au fil du temps, d'autres produits ont bénéficié de cette technique de mélange, aussi bien des produits dilués à l'eau que des produits contenant des solvants. Toutes les nuances conventionnelles, par exemple celles des systèmes RAL et NCS, sont à la disposition des clients. La banque de données très complète du système à teinter comporte aujourd'hui plus de 100 000 nuances.

Knuchel Farben online

Adrian Knuchel: «À la fin des années 90, une page Internet, c'était chic et bien vu. Nous souhaitons avant tout un site informatif et utile pour le client.»

Après une évaluation importante avec l'objectif de développer une solution Internet à la fois optimale et simple à gérer, l'entreprise réalisa son premier site Internet en 2001. Les visiteurs découvrirent un site fonctionnel et clair présentant l'ensemble de la gamme ainsi que les applications et les fiches de sécurité. Le site, basé sur un système de «content-management», a fait l'objet d'éloges par la presse spécialisée. Les nombreux retours positifs soulignent également l'utilité de «Knuchel Farben online».



L'entrepôt à rayonnages en hauteur, tel qu'il se présente en 2010, année du jubilé.

Nouveau centre logistique

En raison du développement positif des ventes et de l'accroissement de la diversité des produits, la place vient à manquer dans les années 90, notamment dans les entrepôts. De nombreux entrepôts extérieurs doivent être loués et le besoin d'extension se fait de plus en plus pressant. L'acquisition d'une parcelle industrielle adjacente en 2002 permet la création d'un entrepôt à rayonnages en hauteur de plus de 3000 places de palettes, conçu selon les technologies les plus modernes, et destiné au stockage de matières premières et de produits finis. Ce hall de stockage est directement relié au hall de fabrication et à la rampe de livraison par le biais d'un chemin de roulement entièrement automatique, permettant ainsi une gestion rationnelle du stock. Avec l'entrepôt à rayonnages en hauteur construit en 1967, l'entreprise dispose aujourd'hui de plus de 4100 places de palettes.

Lors de la réalisation de ce chantier, sécurité et protection de l'environnement étaient les maîtres mots: le quintuple recyclage de l'air des trois mètres inférieurs répond aux exigences actuelles en matière de sécurité. La partie du bâtiment située sous terre a été conçue comme un bassin de rétention et, en cas d'incendie, sert de bassin d'eau. Le hall de stockage est tempéré à l'aide d'un système de récupération de chaleur qui injecte l'énergie produite par le processus de broyage dans le système de chauffage. Cette technologie permet de faire des économies de chauffage et de réduire fortement l'émission de polluants.



La nouvelle infrastructure a optimisé la logistique.

2002-2010

Un bâtiment qui voit loin

L'usine actuelle a été construite de façon modulaire en six étapes, et garantit encore aujourd'hui, grâce à une planification avant-gardiste, un fonctionnement optimal de l'usine. Cela a été conçu de façon à permettre à tout moment un nouvel élargissement ou l'installation de nouvelles unités de production et systèmes de sécurité. Prenez par exemple l'installation en 2007 de la chaîne de peinture à dispersion, pour laquelle les mesures de construction avaient été prises 32 ans auparavant.

Marc Knuchel: «En 1975, lorsque nous avons construit les trois étages de l'usine et installé le premier dissolvant à haut performance, nous pensions déjà à une deuxième installation. Nous avons donc réservé l'espace nécessaire à sa construction. Quelle ne fut pas notre joie de voir, il y a trois ans, que cette nouvelle installation passait, au centimètre près, dans cet espace réservé!». Le bâtiment logistique constitue provisoirement la dernière étape de construction. Cependant, Knuchel ne serait pas Knuchel si d'autres phases de construction n'étaient pas déjà étudiées.

Passage du flambeau

Avec Adrian et Gerhard Knuchel jr., c'est la troisième génération qui a repris le flambeau en 2003. Ensemble, ils ont pu s'appuyer sur le potentiel d'une entité indépendante financièrement et très avancée techniquement d'un



La nouvelle chaîne de peintures de dispersion est utilisée tous les jours.

côté, et sur le savoir-faire d'une entreprise familiale solide de l'autre. Grâce à des investissements permanents dans les technologies de développement modernes et dans des machines de fabrication respectueuses de l'environnement, ils maintiennent un haut standard de qualité et ouvrent de nouvelles voies grâce à une politique commerciale tournée vers l'avenir.

Un pas vers l'Europe

Depuis de nombreuses années déjà, Knuchel Farben a noué des relations commerciales à petite échelle avec un revendeur alsacien. Grâce à ces relations, à la fin des années 90, de plus en plus d'entreprises françaises spécialisées dans la protection du bois se sont intéressées aux développements industriels des vernis à l'eau de Wiedlisbach. Ces entreprises françaises se sont regroupées, dans le but d'utiliser et de commercialiser les vernis à l'eau pour des ouvrages de haute qualité, et ont créé la licence «Naboco». Des fonds de recherche européens leur ont été attribués, et il s'ensuivit un long processus d'évaluation qualité. Grâce à l'excellente gestion du projet par Lutz Dembowski, Knuchel Farben ainsi qu'une entreprise scandinave furent certifiés producteurs et fournisseurs de vernis. Les relations commerciales avec de gros clients ont commencé à se multiplier – en particulier grâce à notre riche expérience d'application et au label «Made in Switzerland».

Lutz Dembowski: «Ce succès nous a réjouis et nous a placés devant de nouveaux défis personnels. S'occuper au mieux de clients industriels français depuis la Suisse nous demandait beaucoup de temps et nous avons décidé d'embaucher un ingénieur du bois domicilié en France.» C'est en 2007 que fut créée Knuchel France SARL, la première filiale française. Cette filiale fut le premier pas stratégique important de l'entreprise dans l'espace européen.

Utiliser les synergies

Début 2010, un accord de reprise a été signé avec l'entreprise «Ruba» (Rüfenacht und Baumann) à Täuffelen pour leur clientèle et leurs recettes. Les relations commerciales existantes et certains de leurs produits spécifiques ont permis une synergie et enrichissent l'offre de l'entreprise.

Construction du réseau COLORAMA

Notre flair et les investissements dans le concept de vente en gros COLORAMA se sont révélés payants: Après des débuts encourageants à Wiedlisbach en 2000, d'autres filiales ont vu le jour à Delémont (2001), Langenthal (2003), Genève (2006), Bern et Biel (2010). «COLORAMA Shop» est une version «light» pour les revendeurs, qui permet de rendre l'éventail des produits Knuchel accessible à un large public. Ainsi, la traditionnelle philosophie de vente – proposer des produits par l'intermédiaire du commerce de demi-gros – a trouvé une application moderne.

L'avenir commence aujourd'hui

Le développement de la société au cours des 100 dernières années a été possible grâce à la motivation de collaborateurs qui se voient comme faisant partie intégrante de l'entreprise. Ils travaillent déjà à l'histoire de demain. Le chapitre suivant leur est dédié.

2010

L'équipe – notre potentiel

83 collaborateurs s'engagent jour après jour pour un travail précis. Du laboratoire à la production, en passant par la métrique de la couleur, le conditionnement, la logistique, les services administratifs, la force de vente et jusque dans les COLORAMA: tous s'impliquent pour vous servir! Notre objectif est de transmettre nos connaissances aux jeunes, d'apprendre ensemble, d'améliorer nos structures, de progresser dans le cadre de l'entreprise mais également à titre personnel.

A chaque objet son vernis

«Nous nous fondons sur les plus récentes découvertes scientifiques pour développer sans cesse de nouveaux vernis, adaptés aux supports les plus divers tels que les pare-brise, les plaques de cuisson, les téléphones portables, les pianos... Nous nous assurons de la qualité et améliorons sans cesse les produits existants – d'un point de vue aussi bien écologique que technologique.»



Laboratoire

Le secret d'un produit, c'est son assemblage et le savoir-faire individuel

«A partir de plus de 750 matières premières, nous fabriquons près de 1000 couleurs et vernis. Nos recettes, élaborées avec le plus grand soin, sont précises au gramme près. Pour le mélange et l'homogénéisation, nous disposons de mélangeurs et de plusieurs broyeurs, performants et respectueux de l'environnement.»



Production

Les couleurs rendent la vie plus belle

«Nous faisons de vos rêves de couleurs une réalité ! Pour les lasures et les effets métalliques, nous faisons tout d'abord appel à notre côté artisanal, par le biais du nuancier manuel et de notre flair pour la couleur. A cela s'ajoute la non négligeable contribution de logiciels modernes pour la création de recettes de peinture, pour nuancier les couleurs commandées.»



Métrieque de la couleur

Qui achète 1000 kilos de peinture en container?

«Notre équipe choisit avec soin le conditionnement de nos produits, de façon qu'ils puissent être utilisés par le plus grand nombre. Pots, boîtes, barils, containers – nous faisons tout pour que les produits Knuchel soient toujours disponibles en stock, quel que soit le conditionnement.»



Le conditionnement

Au bon endroit au bon moment

«Nous soignons la préparation et la livraison de chaque commande en étroite collaboration avec les autres services. La majeure partie des produits est répartie sur 2000 emplacements de palettes. Nous nous engageons à vous livrer votre commande rapidement et sans erreur!»



La logistique

En contact avec vous

«De la gymnastique comptable à la publicité – nous unissons nos forces. Notre équipe apprécie de communiquer avec vous. Qu’il s’agisse de nos messages publicitaires, de nos conseils techniques, de la facturation – Knuchel Farben veut satisfaire vos attentes!»



Service administratif

Notre compétence à votre porte

«Nous nous déplaçons volontiers pour vous informer sur nos nouveaux produits et leurs applications. Les nouveaux clients seront enchantés de notre large éventail de produits. Notre longue expérience dans le domaine du BTP nous permet aujourd'hui de vous proposer un savoir-faire et des solutions pratiques et adaptées à vos besoins.»



Force de vente

Plus que de la peinture et du vernis

«Que vous souhaitiez peindre ou rénover, chez COLORAMA, nous vous conseillerons avec compétence et attention. Notre large gamme de produits nous permet de vous proposer le produit le mieux adapté à tous les matériaux ou presque. En plus des produits de marque Knuchel, vous trouverez un grand choix d'accessoires et matériels indispensables pour peindre en tout confort.»



COLORAMA

L'avenir en toute confiance

Lutz Dembowski, développement et vente
Adrian Knuchel, responsable marketing
Robert Furrer, chef des ventes pour les produits du bâtiment
Gerhard Knuchel jr., développement et production
(de gauche à droite)

«Nous pouvons regarder les 100 années qui viennent de s'écouler chez Knuchel Farben avec fierté, joie et reconnaissance. Et nous regardons vers l'avenir avec hâte, nous sommes motivés à relever les défis de l'avenir.»

Direction



Du coeur et de l'engagement

Les frères Marc (à gauche sur la photo) et Gerhard Knuchel ont dirigé l'entreprise de 1952 à 2003. Avec vivacité et beaucoup de cœur, ils ont travaillé ensemble au développement de l'entreprise et l'ont fait connaître la branche de la peinture et du vernis en Suisse. Ils ont été soutenus par leurs épouses, Hanna et Ruth, qui s'occupaient sans relâche de leurs familles, mais également d'affaires diverses dans l'entreprise.



Marc et Gerhard Knuchel

Qu'est-ce qui vous a poussés à reprendre l'entreprise?

Marc: Nous en parlions déjà quand nous étions enfants. Nous avons grandi avec le travail de notre père, nous y étions étroitement liés. Personnellement, et aussi loin que je me souviens, je n'avais pas d'autre souhait. J'ai choisi mes études en ce sens, et je m'en réjouissais. L'idée d'être entrepreneur et indépendant m'attirait. La situation économique de l'époque ne laissait pas de place au doute: on ne parlait que croissance, il y avait peu de régulation, et la Suisse offrait d'innombrables possibilités de se développer.

Gerhard: Après mon baccalauréat en 1947, j'ai passé un an à Glasgow dans une école biblique. Ce fut une année extraordinaire pour moi et j'enviais de devenir missionnaire. Mais j'ai quand même décidé de reprendre l'entreprise avec mon frère. Il a réussi à me présenter la chose sous un jour très favorable et s'adressa à moi en ces termes: «je ne peux pas diriger l'entreprise tout seul.» J'y ai réfléchi, pour moi, cela avait un sens et j'étais enchanté de reprendre l'œuvre de toute la vie de notre père.

Marc: Le fait que mon frère accepte a été décisif. Je suis fermement persuadé que l'entreprise n'a pu croître comme elle l'a fait que grâce à notre collaboration.

Quel est le secret de cette bonne collaboration?

Gerhard: Le respect mutuel. Même enfants, des liens forts nous unissaient, et cela a été une base essentielle.

Marc: Une confiance réciproque et absolue: ce fut et est toujours la base. Nous avons de forts liens familiaux: nous sommes par exemple partis ensemble en vacances pendant des années.

Aviez-vous des projets précis concernant le développement de l'entreprise?

Marc: En déménageant à Steinackerweg, nous avons fait une planification visionnaire. En installant le premier bâtiment dans la partie nord du terrain, nous nous sommes réservés la possibilité de construire de nouveaux bâtiments au sud est. Lors de notre visite au salon de la logistique de Bâle nous est venue l'idée de planifier la construction d'un bâtiment logistique qui regrouperait des rayonnages en hauteur, l'expédition et les bureaux sous le même toit. Bien entendu, je rêvais déjà à l'époque d'un autre bâtiment de fabrication sur trois étages et d'un laboratoire moderne, mais nous savions que nous ne pouvions avancer que pas à pas vers cet objectif, avec les moyens dont nous disposions. Il nous a toujours semblé important de gérer les finances avec prudence. Nous avons pu réaliser les deux premiers éléments à un prix raisonnable, en utilisant du préfabriqué.

A votre avis, quelle est votre plus belle réussite professionnelle?

Gerhard: Que depuis 1962, avec notre nouveau bâtiment de fabrication, l'entreprise a toujours grandi, même dans les périodes difficiles. En ce qui concerne les produits, ce sont les dispersions acryliques et les vernis industriels qui nous ont aidés à percer. La réussite n'est pas faisable ni programmable – la réussite est un cadeau, un miracle. C'est toujours comme ça que nous l'avons considérée.

Donnez-nous une qualité essentielle pour un dirigeant

Marc: Participer à tout et partout, dès qu'il y a besoin de bras: aider, nettoyer, par exemple quand il arrive une mésaventure à quelqu'un.

Gerhard: Ne pas être avare de remerciements et de reconnaissance. Chaque action a de la valeur et mérite félicitations et respect.

Quelle est la qualité la plus importante pour vous, chez vos collaborateurs?

Marc: La fiabilité et l'esprit d'équipe

Gerhard: Le bonheur et l'intérêt pour le travail

Quel conseil donneriez-vous à la jeune génération?

Gerhard: Faire des projets innovants et soignés.

Marc: Anticiper pour faire évoluer les affaires dans le bon sens – sans abandonner ce qui a déjà fait ses preuves. Gérer les finances en pensant à l'avenir.

Que faites vous de votre temps libre?

Gerhard: Pendant longtemps, j'ai collectionné les timbres, et je pensais qu'une fois retraité, j'aurais plus de temps pour ça, ce qui n'est pas le cas: entre les payes et l'ouverture du courrier – ce sont les tâches que j'accomplis encore quotidiennement, je suis bien occupé et les jours passent si vite et si agréablement que j'ai encore moins de temps qu'avant pour ma collection de timbres! Autrefois je passais mon temps libre avec des activités à la paroisse, les échecs et les jeux de ballons.

Marc: L'histoire – plus particulièrement l'histoire locale, et l'histoire suisse. Je lis volontiers des ouvrages spécialisés dans l'économie, la technique, les

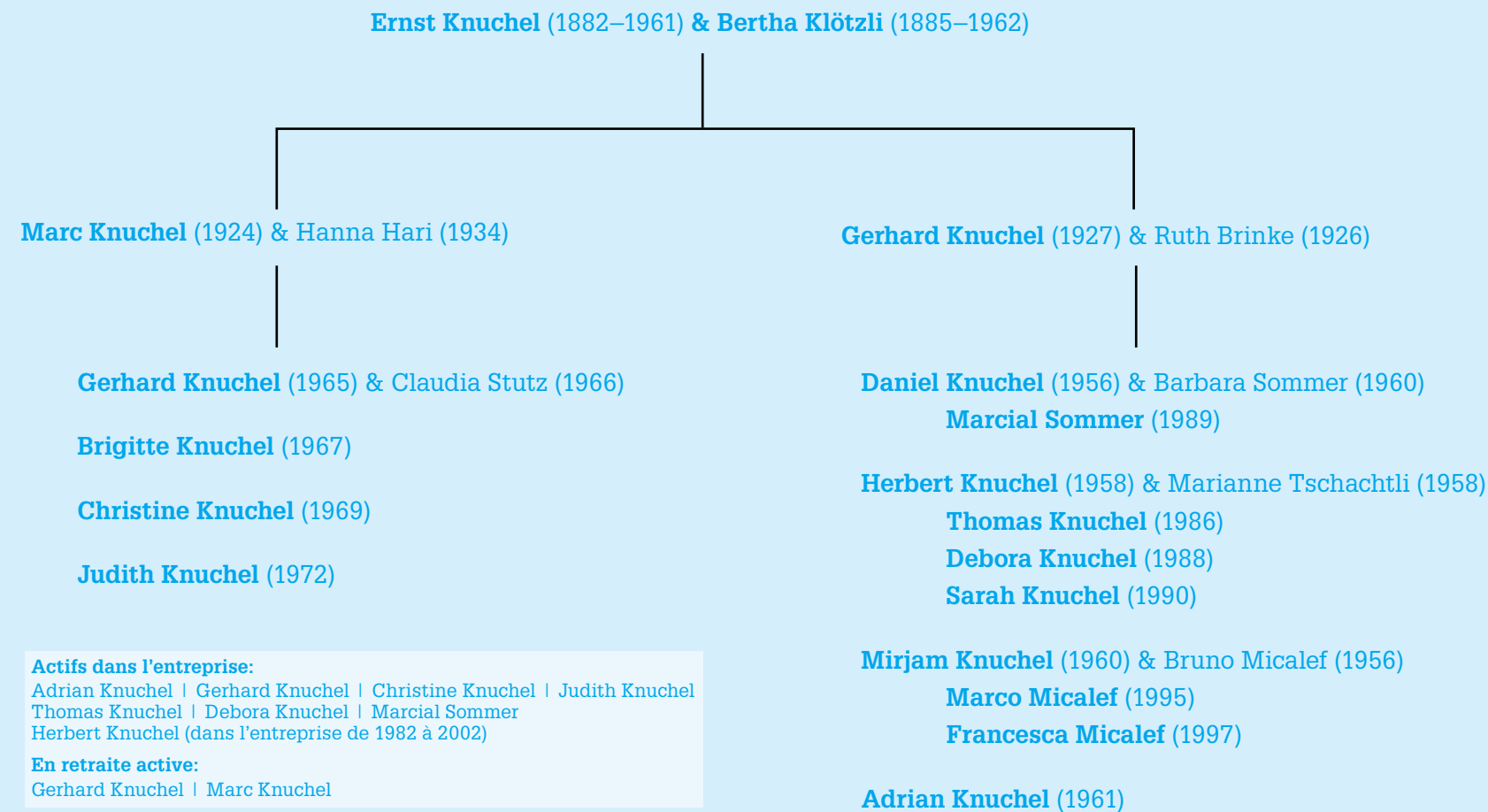
sciences naturelles, ainsi que la Bible, tous les jours. Des promenades et les 15 minutes qui me séparent de l'entreprise où je vais chaque après midi faire de la comptabilité, complètent mes journées.

Votre devise

Marc: Une citation d'Albert Einstein représente bien la mienne: «Il y a deux façons de voir la vie: l'une comme si rien n'était un miracle, l'autre, comme si tout était miraculeux.»

Gerhard: Nous sommes des gérants, pas des propriétaires.

Quatre générations – une entreprise



Pensées directrices de l'entreprise

100 ans de succès – grâce à vous

Nous remercions très cordialement nos clients, fournisseurs, collaborateurs et anciens compagnons. C'est grâce à votre engagement que l'entreprise est devenue ce qu'elle est aujourd'hui! Nous nous réjouissons de construire l'avenir avec vous. Les pensées directrices ci-dessous représentent notre action commune.

Les clients et les fournisseurs – source d'inspiration

Nous apportons à nos clients un conseil compétent et attentionné, nous nous intéressons à leurs besoins et trouvons ensemble des solutions créatives sur mesure. Nos relations commerciales avec nos clients et nos fournisseurs sont guidées par un esprit de partenariat.

L'entreprise – tradition et vision

Knuchel Farben AG est une entreprise familiale suisse dirigée désormais par la troisième génération. Elle possède à ce titre un savoir-faire confirmé du développement et de la fabrication de peintures et de vernis innovants, dans des conditions respectueuses de l'environnement. Grâce à des hiérarchies plates et à des voies de décision courtes, nous encourageons les collaborateurs à agir en toute responsabilité.

Les collaborateurs – motivés et compétents

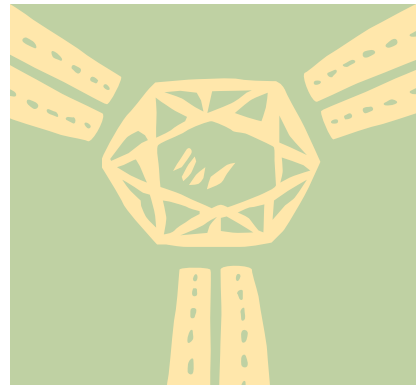
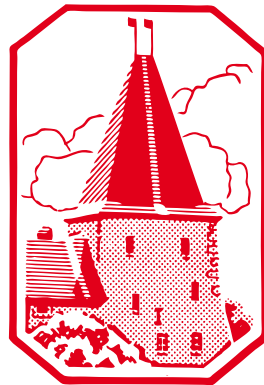
Les capacités de chaque collaborateur constituent le fondement de notre entreprise. Une bonne ambiance de travail et une attitude de respect réciproque créent la base d'une action en équipe, à tous les échelons et permettent le développement de l'entreprise. L'équipe contribue de manière déterminante au succès de tous grâce ses compétences techniques et à l'engagement de chacun.

L'orientation marché – au centre des préoccupations

Notre assortiment global dans le domaine des peintures et vernis pour la protection des bâtiments et l'industrie est développé et produit dans le respect de normes de qualité très élevées, dans les installations de l'entreprise. Knuchel Farben, en tant qu'entreprise de production, s'engage en faveur du site Suisse, intègre activement les tendances du marché et les met en œuvre de manière à satisfaire les clients.

Le développement du logo de l'entreprise

Knuchel & Co
WIEDLISBACH



1910

1950

1960

1980

1990

2010



Courrier de jubilé 100 ans Knuchel Farben 1910-2010

Rédigé par Judith Knuchel
avec la collaboration d'Adrian Knuchel, Marc Knuchel et Markus Beer

Conception et mise en page: Markus Beer, Halten

Photos/illustrations: sources privées, archives Knuchel, grafik_m

Traduction: SID Sprachen GmbH, Derendingen

Impression: Albrecht Druck, Obergerlafingen

Copyright © 2010 by Knuchel Farben AG, Wiedlisbach

www.knuchel.ch

Monat September 1910
No. 1, Wiedlisbach, Neue Rechnung. 1910/1

an folgende
Zürich
Basel

4 Faden (34) 23/8
de 28/7

Postcheck - No.
Zürich
Basel
Paden
Schaffhausen

in Passanden

an folgende
No. Paden

der Eingabe
de Eingabe

