

Univerre a l'art de valoriser et sublimer le verre

A la tête d'Univerre depuis 40 ans, Fabio Naselli peaufine la transmission à ses enfants d'un patrimoine bien positionné sur le marché des emballages en verre et du design sur verre. Portrait d'une famille d'entrepreneurs qui ne laisse pas indifférent par sa vision claire, et son refus constant du statu quo.

De gauche à droite: Fabio Naselli, Désirée Georges et David Naselli.



Yannick Barillon

Journaliste RP

A quelques mètres coule un fleuve, le Rhône. L'idée d'un mouvement permanent caractérise bien l'esprit d'Univerre Pro Uva SA, située aux Iles Falcon à Sierre. En 1984, CFC en poche, Fabio Naselli à la vingtaine. Avec son ami cuisinier Isidore Elsig, ils rêvent d'indépendance et débute leurs activités dans un ancien poulailler. A cette époque, les encaveurs valaisans ont besoin de cuves, de bouchons, et de bouteilles en verre. C'est la naissance de Pro Uva qui connaît rapidement un essor impressionnant. Trois ans plus tard, en 1987, elle met en place une chaîne de lavage capable de traiter 6 millions de bouteilles, crée une halle de stockage de 700 m², et assure la distribution avec le rachat d'une société de transport.

La force de l'anticipation

Aujourd'hui, avec 85 employés, dont la moitié sur le site de Sierre, Univerre est un des leaders suisses de la distribution d'emballage en verre, et numéro un du lavage industriel de bouteilles et de la décoration sur verre. «Avec le temps, nous avons érigé un patrimoine important,

« Je me projette toujours en réfléchissant à ce que nous ferons dans dix ans. »

Fabio Naselli, CEO d'Univerre

avec une marque bien positionnée. Nous le développons chaque jour pour maintenir l'excellence. Regarder en arrière ne sert à rien, seul l'avenir compte. Je me projette toujours en réfléchissant à ce que nous ferons dans dix ans », confie Fabio Naselli. Depuis 2014, c'est avec ses deux enfants, David et Désirée, qu'ensemble ils anticipent les tendances du marché et concrétisent leurs objectifs stratégiques. Sous leur regard respectueux et attentif, celui qui se prénomme en souriant le patriarche, précise: «Leurs compétences sont complémentaires, David a étudié l'éco-



UNIVERRE EN CHIFFRES

- 1** Numéro un en Suisse
du lavage industriel
- 3** Sites en Suisse
(Valais, Vaud et Zurich)
- 85** Postes de travail
dont 45 à Sierre
- 5,8** Millions d'emballages en
verre décorés par année
- 24** Millions, capacité
annuelle de lavage
industriel de bouteilles
- 140** Millions de bouteilles livrées
chaque année en Suisse

nomie puis l'histoire, et Désirée la communication et le marketing. Il y a parfois des confrontations, mais nous apprenons à vivre ensemble en nous disant la vérité.»

Pour l'anecdote, c'est Désirée qui a donné son nom à la bouteille de 50 cl, crée par son père, alors que sa fille est sur le point de venir au monde. Cette création unique aurait normalement dû s'appeler Isabelle. Si l'esprit vif de Fabio Naselli semble flotter dans tous les couloirs de l'entreprise, ses deux enfants ont leur costume d'entrepreneurs déjà bien ajustés pour porter cette société familiale toujours plus loin. «La durabilité est au cœur de notre métier, avec le lavage industriel des bouteilles. Mais nous défions toujours le statu quo, en proposant à nos clients ce qui existe de mieux sur le marché du packaging», assure David Naselli.

La transformation digitale de l'entreprise

Quels sont les bons outils pour innover avec succès? En 2017, la famille Naselli, la direction de l'entreprise et une partie du conseil d'administration se rendent à la Silicon Valley, pour un safari d'entreprises en Californie. Désirée Georges se souvient: «Au retour, Univerre opère un important virage digital. Nous changeons notre manière de travailler en planifiant une digitalisation sur dix ans, dans tous nos processus, et en impliquant tout





notre personnel. La moitié des objectifs s'est concrétisé l'an dernier. Ce fut un accélérateur pour l'entreprise.» Résultat: le lancement en 2019 de MyGlass.ch pour personnaliser des produits en verre directement en ligne, et les premières réflexions sur un nouveau siège social, inauguré en juin 2022. Univerre digitalise aussi tout son stock de bouteilles afin d'être non seulement plus efficace et plus rapide, mais aussi de pouvoir se concentrer davantage sur les clients. Le nouveau siège social, le «Hive», s'accompagne d'un showroom interactif de 7 étages, le «Studio», inauguré en janvier 2023. Dans cet espace de 240 m2 linéaires, le client peut s'inspirer d'un emballage ou en créer directement un nouveau. Plus de mille projets ont déjà été conçus sur place. Casque 3D sur le nez, le voyage virtuel que vous suggère Désirée à l'entrée de ce show-room très design reflète bien l'esprit de l'entreprise. L'humain reste au cœur, la haute technologie au service de ses idées. Le client est écouté et accompagné afin de concrétiser ses rêves en temps réel. Le contenant est un outil marketing: à chaque étage du studio, le client dessine son produit. Il participe à tous les choix: les couleurs, la texture, les impressions, la forme ou encore la typographie.

«Il faut oser, et changer les mentalités pour innover, mais on n'est jamais seul. Univerre c'est le succès d'une équipe qui vise le consensus avec la flexibilité nécessaire au vivre ensemble.»

Fabio Naselli, CEO d'Univerre

Le potentiel de l'emballage connecté

«Ce que le client veut», c'est ce qui importe à David et Désirée. Le premier a souvent la vision, sa sœur cadette structure et organise. L'intelligence artificielle crée des emballages toujours plus personnalisés, avec des inputs humains. L'impression digitale et ses opportunités révolutionnent les possibilités dès 2020. MyGlass.ch devient Glassmania.com. Fabio Naselli ajoute: «Ce qui compte dans un projet, c'est de le faire comprendre à l'équipe, puis de le vivre ensemble. La manière dont on l'approche est essentielle: pour moi ce n'est pas le temps qu'on y passe, mais le résultat qui compte.» Leader dans l'impression digitale, Univerre développe, dès 2019, les emballages connectés personnalisés au moyen de la technologie dite NFC pour «Near Field Communication.» Il suffit d'approcher son smartphone d'un tag incrusté

sur une bouteille, ou un autre contenant, pour prolonger l'expérience client et le fidéliser. La cave du Rhodan à Salquenen, a fait le pas d'une «Smart bottle» avec un de ses mousseux autour de moutons d'Ouessant. Le tag NFC lui a permis d'engager sa communauté de clients pour trouver de nouveaux prénoms à ses moutons, ensuite imprimés sur ses bouteilles. Grâce à cette technologie, le commerçant interagit avec sa clientèle, pour mieux la satisfaire et améliorer ses produits. «Notre expérience étendue du digital avec le vin, la bière ou l'eau nous a permis de développer le design dans de nouveaux segments comme la nourriture ou les cosmétiques, avec des pots de miel ou de crème», souligne David Naselli.

Savoir réagir au changement et inspirer

Univerre Pro Uva SA maîtrise le storytelling avec brio. Mais ce sont bien les valeurs de cette entreprise qui semblent caractériser son succès à travers le temps. «Il faut toujours réagir en cas de crise, avoir un plan B, et être toujours prêt au changement», confie Fabio Naselli. Cet homme élancé, à l'aise dans des baskets blanches, dégage une force tranquille. «Il faut oser, et changer les mentalités pour innover, mais on n'est jamais seul. Univerre c'est le succès d'une équipe qui vise le consensus avec la flexibilité nécessaire au vivre ensemble. C'est une entreprise familiale avec une vision claire sur le long terme, et où tout le monde est écouté.» A l'heure de la deuxième génération, Fabio Naselli est serein, la succession est assurée. La transition a été bien anticipée. Les ressources de l'entreprise continuent d'être utilisées, et modernisées. Tout le travail est là, cultiver l'excellence et l'inspiration. ■

Info: www.univerre.ch



Univerre beherrscht die Kunst, Glas aufzuwerten und zu sublimieren

Fabio Naselli, der seit 40 Jahren an der Spitze von Univerre steht, feilt an der Übergabe eines Erbes an seine Kinder, das auf dem Markt für Glasverpackungen und Glasdesign gut positioniert ist. Porträt einer Unternehmerfamilie, die mit ihrer klaren Vision und ihrer ständigen Ablehnung des Status quo nicht gleichgültig lässt.

De gauche à droite: Fabio Naselli, Désirée Georges et David Naselli.



Yannick Barillon

PR-Journalistin

Nur wenige Meter entfernt fliesst ein Fluss, die Rhône. Die Idee einer ständigen Bewegung charakterisiert gut den Geist der Univerre Pro Uva SA, die auf den Falcon-Inseln in Siders angesiedelt ist. 1984, mit einem EFZ in der Tasche, ist Fabio Naselli Mitte zwanzig. Zusammen mit seinem Freund, dem Koch Isidore Elsig, träumen sie von Unabhängigkeit und beginnen ihre Tätigkeit in einem ehemaligen Hühnerstall. Zu dieser Zeit benötigen die Walliser Weinkellereien Bottiche, Korken und Glasflaschen. Dies ist die Geburtsstunde von Pro Uva, das schnell einen beeindruckenden Aufschwung erlebt. Drei Jahre später, 1987, richtet sie eine Waschstrasse ein, die 6 Millionen Flaschen verarbeiten kann, schafft eine 700 m² grosse Lagerhalle, und sorgt mit der Übernahme eines Transportunternehmens für den Vertrieb.

„Ich schaue immer voraus und überlege, was wir in zehn Jahren tun werden.“

Fabio Naselli, CEO von Univerre

Die Stärke der Antizipation

Heute ist Univerre mit 85 Mitarbeitern, die Hälfte davon am Standort Siders, einer der führenden Schweizer Anbieter von Glasverpackungen und die Nummer eins im Bereich der industriellen Flaschenreinigung und der Glasdekoration. „Im Laufe der Zeit haben wir ein bedeutendes Erbe mit einer gut positionierten Marke errichtet. Wir bauen es jeden Tag weiter aus, um unsere Spitzenleistungen aufrechtzuerhalten. Zurückblicken bringt nichts, nur die Zukunft zählt. Ich schaue immer voraus und denke darüber nach, was wir in zehn Jahren tun werden“, gesteht Fabio Naselli. Seit 2014 sind es seine beiden Kinder David und Désirée, mit denen er gemeinsam die Markttrends antizipiert und seine strategischen Ziele konkretisiert. Unter ihrem respektvollen und aufmerksamen Blick erklärt der Mann, der sich lächelnd als Patriarchen bezeichnet: „Ihre Kompetenzen ergänzen sich, David hat Wirtschaft



UNIVERRE IN ZAHLEN

- 1** Nummer eins in der Schweiz
für industrielles Waschen
- 3** Standorte in der Schweiz
(Wallis, Waadt und Zürich)
- 85** Arbeitsplätze, davon 45
in Siders
- 5,8** Millionen dekorierte
Glasverpackungen pro Jahr
- 24** Millionen, jährliche Kapazität
der industriellen
Flaschenreinigung
- 140** Millionen Flaschen, die jedes Jahr
in der Schweiz ausgeliefert werden

und dann Geschichte studiert, Désirée Kommunikation und Marketing. Manchmal kommt es zu Konfrontationen, aber wir lernen, miteinander zu leben, indem wir einander die Wahrheit sagen.“

Anekdote: Désirée war es, die der 50-cl-Flasche ihren Namen gab, die von ihrem Vater kreiert wurde, als seine Tochter kurz vor der Geburt stand. Diese einzigartige Kreation hätte normalerweise Isabelle heissen sollen. Während Fabio Nasellis scharfer Verstand in allen Gängen des Unternehmens zu schweben scheint, haben sich seine beiden Kinder in ihr Unternehmernkostüm bereits gut eingewöhnt, um das Familienunternehmen immer weiter nach vorne zu bringen. „Nachhaltigkeit ist das Herzstück unseres Geschäfts, mit der industriellen Reinigung von Flaschen. Aber wir fordern den Status quo immer wieder heraus, indem wir unseren Kunden das Beste bieten, was es auf dem Verpackungsmarkt gibt“, versichert David Naselli.

Der digitale Wandel des Unternehmens

Was sind die richtigen Werkzeuge für erfolgreiche Innovationen? 2017 reisen die Familie Naselli, die Unternehmensleitung und ein Teil des Verwaltungsrats ins Silicon Valley, um an einer kalifornischen Firmensafari teilzunehmen. Désirée Georges erinnert sich: „Nach der Rückkehr vollzieht Univerre eine wichtige digitale Wende.“





Wir ändern unsere Arbeitsweise, indem wir eine zehnjährige Digitalisierung planen, die alle unsere Prozesse umfasst und alle unsere Mitarbeiter einbezieht. Die Hälfte der Ziele wurde im letzten Jahr verwirklicht. Das war ein Beschleuniger für das Unternehmen.“ Das Ergebnis: 2019 der Start von MyGlass.ch, um Glasprodukte direkt online zu personalisieren, und erste Überlegungen für einen neuen Firmensitz, der im Juni 2022 eingeweiht werden soll. Univerre digitalisiert auch ihr gesamtes Flaschenlager, um nicht nur effizienter und schneller zu sein, sondern sich auch stärker auf die Kunden konzentrieren zu können. Zum neuen Hauptsitz, dem „Hive“, gehört auch ein siebenstöckiger interaktiver Showroom, das „Studio“, das im Januar 2023 eingeweiht wird. In diesem Raum mit 240 linearen Quadratmetern kann sich der Kunde von einer Verpackung inspirieren lassen oder direkt eine neue Verpackung entwerfen. Mehr als tausend Entwürfe wurden bereits vor Ort entworfen. Der 3D-Helm auf der Nase, die virtuelle Reise, die Désirée Ihnen am Eingang zu diesem sehr designorientierten Showroom vorschlägt, spiegelt den Geist des Unternehmens gut wider. Der Mensch bleibt im Mittelpunkt, die Hochtechnologie im Dienste ihrer Ideen.

„Man muss etwas wagen und die Mentalität ändern, um innovativ zu sein, aber man ist nie allein. Univerre ist der Erfolg eines Teams, das den Konsens mit der für das Zusammenleben notwendigen Flexibilität anstrebt.“

Fabio Naselli, CEO von Univerre

Dem Kunden wird zugehört und er wird begleitet, um seine Träume in Echtzeit zu verwirklichen. Der Behälter ist ein Marketinginstrument: Auf jeder Etage des Studios zeichnet der Kunde sein Produkt. Er ist an allen Entscheidungen beteiligt: Farben, Textur, Druck, Form oder auch Typografie.

Das Potenzial vernetzter Verpackungen

„Was der Kunde will“ ist das, was für David und Désirée wichtig ist. Ersterer hat oft die Vision, seine jüngere Schwester strukturiert und organisiert. Künstliche Intelligenz schafft immer individuellere Verpackungen mit menschlichen Inputs. Der Digitaldruck und seine Möglichkeiten revolutionieren die Möglichkeiten ab 2020. MyGlass.ch wird zu Glassmania.com. Fabio Naselli fügt hinzu: „Bei einem Projekt kommt es darauf an, es dem Team verständlich zu machen und es dann gemeinsam zu erleben. Die Art und Weise, wie man es angeht, ist entscheidend: Für mich zählt nicht die Zeit, die man dafür aufwendet, sondern das Ergebnis.“ Als Marktführer im Digitaldruck entwickelt Univerre ab 2019 personalisier-

te, vernetzte Verpackungen mithilfe der sogenannten NFC-Technologie für „Near Field Communication“. Es genügt, sein Smartphone in die Nähe eines Tags zu bringen, der auf einer Flasche oder einem anderen Behälter eingearbeitet ist, um das Kundenerlebnis zu verlängern und die Kundenbindung zu erhöhen. Die Cave du Rhodan in Salquenen hat den Schritt einer «Smart Bottle» mit einem ihrer Schaumweine rund um Schafe aus Ouessant gewagt. Mithilfe des NFC-Tags konnte er seine Kundengemeinschaft einbinden, um neue Vornamen für seine Schafe zu finden, die dann auf seine Flaschen gedruckt wurden. Dank dieser Technologie interagiert der Händler mit seinen Kunden, um sie besser zufrieden zu stellen und seine Produkte zu verbessern. „Unsere umfassende Erfahrung mit der Digitalisierung von Wein, Bier und Wasser hat es uns ermöglicht, das Design in neuen Segmenten wie Lebensmitteln oder Kosmetika mit Honig- oder Cremegläsern zu entwickeln“, betont David Naselli.

Auf Veränderungen reagieren und inspirieren können

Univerre Pro Uva SA beherrscht das Storytelling mit Bravour. Aber es sind wohl die Werte dieses Unternehmens, die seinen Erfolg über die Zeit hinweg zu charakterisieren scheinen. „Man muss immer auf Krisen reagieren, einen Plan B haben und immer bereit für Veränderungen sein“, sagt Fabio Naselli. Der schlanke Mann, der sich in weissen Turnschuhen wohlfühlt, strahlt eine ruhige Kraft aus. „Man muss etwas wagen und die Mentalität ändern, um innovativ zu sein, aber man ist nie allein. Univerre ist der Erfolg eines Teams, das den Konsens mit der für das Zusammenleben notwendigen Flexibilität anstrebt. Es ist ein Familienunternehmen mit einer klaren langfristigen Vision, in dem jeder gehört wird“. In der Stunde der zweiten Generation ist Fabio Naselli gelassen, die Nachfolge ist gesichert. Der Übergang wurde gut antizipiert. Die Ressourcen des Unternehmens werden weiterhin genutzt und modernisiert. Die ganze Arbeit liegt darin, Exzellenz und Inspiration zu kultivieren. ■

Info: www.univerre.ch

