

ANCRAGE N°1 | 2021

JOURNAL DU GROUPE GRISONI

La nouvelle image Page 6

Une couleur unique Page 8

Sur les rails Page 12



**GROUPE
GRISONI**

En toute confiance.



SOMMAIRE

Découvrez
le journal
en portugais
en scannant le QR code.



Éditorial	3
Passé, présent et avenir	4
Visuels clés	7
Code couleur	8
Véhicules et machines	11
Sur les rails	12
Interviews	14
Au cœur des départements	16
Révolution numérique	18
Chantier ferroviaire	20
Concours	22
Sociétés	23

Rédaction : Y. Wespi, V. Regidor, P. Merlotti, D. Luthi
Photos : Groupe Grisoni, Michel Jaussi
Mise en page : erdmannpeisker
Impression : Media f
Papier : Papier recyclé à 100%, Ange bleu, certifié FSC

ÉDITORIAL

« La confiance ne se donne pas, elle se mérite. »



Pierre-Yves Binz
Président



Louis Risse
Directeur général

Cette citation de l'écrivain Ferdinand Lop résume presque à elle seule la philosophie des 74 ans d'histoire du Groupe Grisoni.

A l'approche de notre jubilé, nous souhaitons souligner notre attachement aux liens tissés avec nos clients, collaborateurs et partenaires durant toutes ces années. En effet, notre histoire n'aurait pas été possible si nous n'avions pu travailler ensemble « en toute confiance ». C'est pourquoi, tant pour vous remercier de cette confiance que pour nous rappeler que nous devons quotidiennement œuvrer pour la mériter, cette maxime sera dorénavant au cœur de notre communication.

Nous avons par ailleurs le plaisir de vous présenter notre nouveau magazine Ancre qui vous informera de l'actualité de notre Groupe et de nos projets en cours. La première édition que vous tenez entre vos mains vous permettra de faire connaissance avec notre nouvelle image. Au fil des publications,

nous espérons que vous aurez plaisir à suivre la vie de notre entreprise au travers de différents témoignages.

Fiers des projets que nous avons déjà réalisés ensemble, nous nous réjouissons d'écrire de nouvelles pages de notre histoire avec vous. Et c'est donc en toute confiance que nous nous engageons à continuer notre route en votre compagnie.

Bonne lecture et bonne découverte !



Pierre-Yves Binz
Président



Louis Risse
Directeur général

NOTRE PASSÉ

Trois générations en construction

Depuis sa **fondation en 1947** par **Angel Grisoni**, l'entreprise Grisoni-Zaugg SA s'est toujours démarquée par sa capacité à anticiper les défis qui se présentaient à elle. En s'appuyant sur la qualité et l'engagement de ses collaborateurs et en cultivant une relation de confiance avec ses clients, le **Groupe Grisoni a traversé les générations**. Au fil du temps, le Groupe a grandi tout en préservant son esprit familial.

NOTRE PRÉSENT

Une diversification des activités

Le Groupe Grisoni compte aujourd'hui plus de **1200 collaborateurs** répartis sur **11 sites en Suisse romande**. Il est en mesure d'offrir à ses clients des **prestations à la pointe de la technologie dans de nombreux domaines d'activité**: génie civil, bâtiment, construction de routes, travaux ferroviaires, déconstruction, sciage et forage, géothermie, travaux spéciaux, construction bois, entreprise générale.

NOTRE AVENIR

Une évolution en toute confiance

Comme à ses débuts, le Groupe Grisoni s'appuie sur la qualité et l'engagement de ses collaborateurs tout en renforçant ses liens de confiance. Orientée vers la complémentarité de ses activités, l'entreprise continuera à développer ses prestations afin de répondre, toujours mieux, aux exigences de ses clients. **En privilégiant le contact humain** – si cher à la culture historique du Groupe – **l'avenir se dessine en toute confiance**.



Pont de Jurigoz – Lausanne

VISUELS CLÉS

Un capital humain fort et engagé

Une histoire de valeurs

L'élément déterminant d'une stratégie de communication repose sur les valeurs que l'entreprise veut transmettre. C'est dans ce cadre que le Groupe a défini un concept de visuels clés qui vise à illustrer ses valeurs de cœur : la confiance, le respect, l'expérience, les compétences et la proximité. Elles ont toutes été résumées dans un unique slogan « En toute confiance. ».

Notre force

Sur le terrain, par tous les temps, des femmes et des hommes œuvrent pour assurer le succès de réalisations de grande qualité. Le travail et l'engagement des collaboratrices et collaborateurs s'inscrivent sur le long terme afin de répondre aux exigences de l'ensemble des clients et des partenaires.

Iconman

Les visuels clés illustrent à la fois des réalisations de différents domaines d'activité et le capital humain au travers de « l'Iconman ». Les caractéristiques de la scénographie reposent sur des plans larges à contre-jour, démontrant l'ampleur de chantiers ambitieux. Les différents « Iconmen » mettent en lumière l'engagement des collaboratrices et collaborateurs sans qui la réussite des projets ne serait pas possible. Ces illustrations contribuent à l'impact d'une identité visuelle forte, au même titre que le logo, le slogan et la couleur bleue.

Retrouvez toutes les déclinaisons par compétence sur groupe-grisoni.ch ainsi que sur les présentations et les brochures de l'entreprise.

CODE COULEUR

Un bleu unique en Suisse romande

Une nuance dynamique et positive

Renforcer la visibilité de l'image de marque et oser se démarquer. Ce défi a permis de définir une nouvelle couleur tout en conservant le bleu historique du logo. Ces deux nuances s'unissent pour accompagner le développement de l'entreprise. En psychologie des couleurs, le bleu est associé à la sérénité, à la loyauté et à la fraîcheur.

Annoncer la couleur

En septembre 2020, les responsables du centre logistique du Groupe Grisoni apprenaient la nouvelle : « Nous allons changer de couleur ! ».

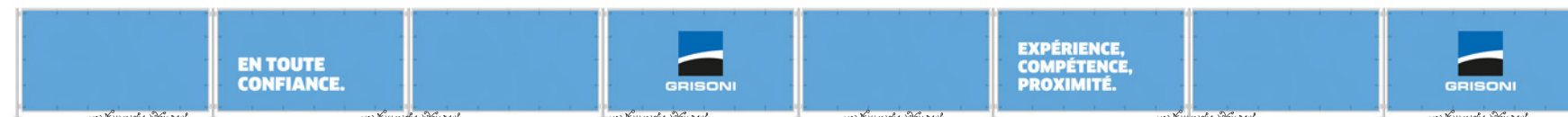
Le nouveau concept de communication, en gestation depuis 18 mois, allait prendre corps à l'intérieur et à l'extérieur des chantiers en date du 1^{er} février 2021. Cela a nécessité d'analyser tout le marquage des chantiers et de mettre en place, en amont, la logistique nécessaire pour réaliser les commandes de matériel et obtenir les livraisons dans les temps.

Priorité à la teinte exacte

Une fois la couleur choisie sur le nuancier RAL, il a fallu observer comment elle se déclinait lorsqu'elle était appliquée sur différents supports. Des offres ont été demandées pour comparer, dans un premier temps, de nombreux échantillons. Plusieurs modèles de bâches de chantier ont ensuite été analysés afin de trouver la bonne nuance. Les discussions au sein de l'équipe de communication ont aussi porté sur la déclinaison du logo autocollant. Comment le dimensionner ? Quels textes pour l'accompagner ? Comment le placer ?

Mise en application

Recenser tout ce qui est impacté et planifier les modifications. Un show room interne a été réalisé pour que l'équipe de communication puisse évaluer le rendu de la couleur sur les différents supports et, ainsi, décider sur pièce. Les commandes ont été passées au fur et à mesure des décisions et tout a été mis en œuvre pour qu'au mois de février 2021, l'ensemble des sociétés du Groupe puissent arborer leur nouvelle nuance.





VÉHICULES ET MACHINES

Ambassadeurs itinérants de caractère

Une visibilité en mouvement

Les camions et les machines de chantier attirent le regard. Visibles de loin et par tous, ils constituent un vecteur de communication très important. Le Groupe Grisoni possède un parc de plus de 570 véhicules roulants (voitures, bus, camions, remorques, roulottes) et de 800 engins. Au Centre logistique du Groupe à Vuadens, deux personnes sont occupées à plein temps à la carrosserie pour la maintenance annuelle. Il va sans dire que pour opérer le changement de couleur, il valait mieux y réfléchir à deux fois.

100% brillant

Il ne suffit pas de choisir les machines et véhicules roulants qui seront traités en priorité, encore faut-il décider comment s'y prendre. A commencer par le type de peinture. Sera-t-elle plus ou moins mate, 50% brillante comme c'est généralement le cas pour les véhicules ou 100% brillante ? Au mois d'octobre, après plusieurs tests comparatifs, la décision finale est prise :

tout sera brillant, les machines et les véhicules. C'est une nouveauté dans le monde de la construction.

Un planning mûrement réfléchi

Pour faire suite aux tests réalisés sur deux bus de l'entreprise, une réflexion a été menée sur la partie opérationnelle. Fallait-il utiliser le garage des camions de Vuadens pour en faire une carrosserie ou valait-il mieux externaliser les travaux ? C'est une solution hybride qui s'est imposée, avec le choix de quatre entreprises de carrosserie spécialisées dans le marquage et la signalisation. En parallèle, la halle du dépôt de Vuadens a été transformée pour accueillir les travaux de préparation et de ponçage. Pour augmenter la cadence de production, une équipe supplémentaire de six personnes s'est chargée de peindre une partie des machines et des véhicules dans les locaux existants du Groupe. Courant 2021, 300 containers, 107 machines, 17 camions et 135 bus et fourgons porteront la nouvelle couleur emblématique du Groupe Grisoni.

La nouvelle rame des TPF aux couleurs du Groupe

Entrée en gare, voie 3

« Nous vous souhaitons la bienvenue dans le Regio Express du RER Fribourg | Freiburg à destination de Romont, Fribourg, Düdingen, Bern. » C'est d'une voix numérisée et ponctuelle que les passagers seront accueillis ce lundi 22 février 2021, en gare de Bulle. Toute de bleue vêtue, la nouvelle rame des TPF ne passera pas inaperçue sur le réseau ferroviaire fribourgeois.

Un rayonnement d'envergure

Pour donner de la voix à la nouvelle ligne graphique, il a été fondamental de définir un canal de communication destiné au grand public. « Nous souhaitons marquer les esprits tout en bénéficiant d'une visibilité régionale pouvant s'étendre au-delà du

canton de Fribourg. » explique Valérie Regidor, Chargée de communication pour le Groupe Grisoni. « Le train véhicule une image positive dans l'esprit des gens. Il représente un souvenir d'enfance. » ajoute Patrick Merlotti, Directeur financier et administratif. La rame Grisoni atteste également du lien fort entre le Groupe et le domaine ferroviaire pour lequel il réalise de nombreux chantiers d'importance en Suisse romande.

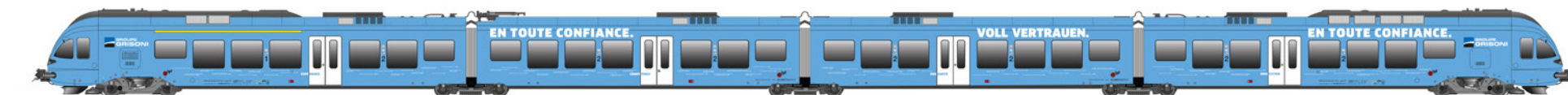
D'un peu plus près

La sobriété du design met en lumière un message fort, visible de loin: « En toute confiance ». A l'image d'une signature, il personnalise les « voitures » tout en leur apportant un caractère bilingue. Arrivée sur le quai, la rame dévoile d'autres niveaux de lecture. Chaque porte met en évidence

l'ADN du Groupe: l'expérience, les compétences, la proximité et l'innovation.

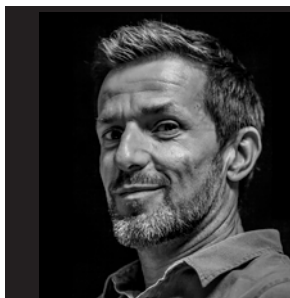
Donner la parole

En signe de reconnaissance, les collaborateurs ont été invités à participer à ce projet. A la question « Que vous inspire la confiance? », de nombreuses réponses – poétiques, créatives, positives et touchantes – ont été rassemblées au-dessous des fenêtres du train. Pour les découvrir, « en voiture s'il vous plaît ».



INTERVIEW AVEC ERDMANNPEISKER

Une communication claire et surprenante



Gabriel Peisker
Directeur de création
et copropriétaire de
l'agence de communication
erdmannpeisker à Bienne

erdmannpeisker crée des concepts créatifs pour des marques suisses renommées depuis 20 ans.

En tant que Directeur de création, vous avez développé la nouvelle image du Groupe Grisoni. Comment avez-vous procédé ?

Nous posons toujours les bases de notre réflexion sur un positionnement unique: qu'est-ce qui a de l'importance pour notre client et comment peut-on se différencier de la concurrence ? Nous avons défini ces points avec la Direction de l'entreprise.

C'est là que la confiance s'est imposée en tant que message central ?

Exactement. Notre travail a alors consisté à transcrire cette confiance en images et en mots. C'est ainsi qu'ont émergé la signature « Groupe Grisoni – En toute confiance » et l'« Iconman », un personnage emblématique et sympathique qui permet de s'identifier au Groupe.

Et pourquoi le bleu ?

Pour nos clients, nous cherchons toujours les canaux de communication les plus forts et qui attirent le maximum d'attention. Les palissades, containers et machines sont sur tous les chantiers. La couleur unique de ces éléments saute aux yeux. Impossible de ne pas la remarquer.

Et personnellement, la nouvelle image de Grisoni vous plaît-elle ?

Beaucoup ! Nous sommes fiers d'avoir eu l'opportunité de donner une image aussi moderne et marquante à cette entreprise riche d'une longue histoire couronnée de succès. J'attends avec impatience de voir tous ces chantiers bleus !



INTERVIEW AVEC TROISDEUXUN

Une carte de visite digitale



Matthieu de Morsier
Fondateur et Digital Project
Manager de l'agence
troisdeuxun à Morges

troisdeuxun est une société active dans le développement d'applications web et mobile ainsi que de sites web et e-commerce.

De quelle manière aborde-t-on la réalisation d'un site internet de cette importance ?

Il est vital de bien comprendre les enjeux, l'objectif et les publics cibles. Plusieurs workshops ont été nécessaires pour établir une structure cohérente avec un accès rapide aux informations essentielles.

Quelles sont les contraintes principales dont il faut tenir compte ?

Il faut marier les défis techniques, d'ergonomie et de design, dans le respect de la charte graphique et des apports rédactionnels. Nous devons aussi penser au positionnement stratégique sur les moteurs de recherche. Et il va sans dire que le site doit être conçu pour tous types d'écrans.

Quelles sont vos réflexions devant la feuille blanche ?

J'essaie de me mettre à la place du futur internaute. Que cherchera-t-il ? À quel endroit ? Et comment aiguïser sa curiosité et le pousser à découvrir d'autres pages ?

Que pensez-vous du résultat ?

Après plusieurs mois d'une collaboration riche et intense entre le Groupe Grisoni, Erdmannpeisker et notre agence, nous sommes très heureux de voir vivre le nouveau site web du Groupe avec sa nouvelle identité, et surtout de valoriser les projets d'envergure réalisés.



AU CŒUR DES DÉPARTEMENTS



Evelyne de Goudron
Assistante de direction
Administration

Appliquer la nouvelle identité visuelle à la pratique est un défi, qui a été relevé par l'équipe administrative entourant Evelyne de Goudron. Il s'agissait d'adapter les documents usuels, de la carte de visite aux présentations Powerpoint. « J'ai joué le rôle de l'avocat du diable! Un projet de mise en page peut avoir belle allure sur un support, sans toutefois pouvoir être appliqué de façon pratique sur tous les documents.

Renforcer la visibilité

Il a ainsi fallu étudier les meilleures solutions selon les programmes et fichiers et les évaluer avec l'agence. Je trouve que ce projet renforce la visibilité d'un Groupe auquel je suis fière d'appartenir. Active au sein de l'entreprise depuis presque 30 ans, j'ai parfois une tendance légitime à imaginer que tout le monde nous connaît, ce qui n'est en réalité pas le cas. Cette identité visuelle nous donne une nouvelle dimension. »



Alain Margueron
Responsable Maintenance
Ressources et Logistique

Jean-Claude Pythoud
Responsable Dépôts
Ressources et Logistique

À fin 2020, les ateliers et dépôts ont vécu une « vague bleue ». Grâce à une équipe de 15 personnes qui a travaillé pendant les fêtes, de nombreux véhicules et machines, des containers et des roulottes, des palissades et des totems, ont pu être habillés de leur nouvelle parure. Les bâches de chantier ont elles aussi été renouvelées. « L'impact visuel de ce projet est considérable dans le secteur de la construction. », souligne Alain

Le début d'une nouvelle ère

Margueron. Et Jean-Claude Pythoud de renchérir: « Le but est d'identifier le Groupe à cette couleur, qui va nous marquer pour les décennies à venir. » Tous deux sont persuadés que cette évolution renforcera l'identification du Groupe par le grand public. Jusqu'alors, ce rôle était dévolu au logo. Dorénavant, le bleu Grisoni se verra partout, à l'intérieur et à l'extérieur des chantiers.



Patrick Merlotti
Directeur financier et administratif
Membre de la Direction générale

Patrick Merlotti a mené le changement d'identité visuelle du Groupe de bout en bout. « J'ai l'impression que nous venons de terminer un puzzle qui s'est construit pas à pas. D'abord le positionnement, ensuite le slogan, la couleur... Le cheminement a été ardu et entrecoupé de remises en question légitimes à l'ampleur des changements. » Patrick Merlotti confie que le choix

Un projet de longue haleine

de la couleur a pris plusieurs mois: « Je n'aurais jamais imaginé que la palette de bleus soit si large! Il a fallu en tester plusieurs, au soleil et par temps gris, dehors ou dedans, avant de trouver celui qui nous accompagnera désormais! ». Et de conclure: « Pour moi, cette profonde mutation renforce le positionnement, l'image et le caractère dynamique de l'entreprise. »



Valérie Regidor
Chargée de Communication

Engagée au printemps 2020, Valérie Regidor a été littéralement happée par le changement d'identité visuelle, qui selon elle, permet de projeter l'entreprise vers l'avenir tout en renforçant les liens entre les différentes entités du Groupe. « C'est une véritable aventure! De nouvelles questions se posent au fur et à mesure de l'avancement du projet. Mon rôle est de faire la liaison entre les différentes équipes impliquées. »

Soigner les détails

Elle souligne le côté passionnant de la transposition sur des supports aussi variés que nombreux, du stylo à la pelleuse. « Les détails sont importants: rien ne doit être laissé au hasard lors du déploiement d'une nouvelle ligne graphique. » Une confiance en amène une autre. Equipée d'un double-mètre en permanence, Valérie Regidor affirme que cet ambitieux projet a été calibré au millimètre.



Suivez-nous sur les médias sociaux

#GrisoniEnTouteConfiance

RÉVOLUTION NUMÉRIQUE

L'ère des réseaux sociaux

En chiffres

Vous avez récemment « liké » une publication LinkedIn, partagé un post Facebook ou encore commenté une image sur Instagram ? En acquiesçant, vous confirmez la tendance : le nombre d'utilisateurs actifs sur les réseaux sociaux poursuit sa vertigineuse ascension. En 2020, plus de 3,9 milliards d'abonnés (51 % de la population mondiale) sont actifs au travers des canaux de communication digitaux, soit 10 % d'utilisateurs supplémentaires par rapport à 2019.

Amorcer le changement

Depuis l'été dernier, le Groupe Grisoni est présent sur trois médias sociaux. Avec l'objectif de renforcer la notoriété et la visibilité de l'entreprise, ces plateformes digitales sont d'efficaces canaux de communication. Ils permettent d'avoir un œil sur l'évolution des projets du Groupe, d'être à un clic d'une prise de contact et à un « match » d'une offre d'emploi. L'interactivité est une opportunité de développer une communauté tout en favorisant les échanges et le partage d'expériences.

Projection d'avenir

Dans le futur, les publications seront amenées à se diversifier en fonction des plateformes utilisées. LinkedIn – réseau social professionnel par excellence – vous informera de l'actualité sur les chantiers et des offres d'emploi. Facebook mettra notamment l'accent sur les projets de partenariats culturels et sportifs, et Instagram fera vivre les coulisses de l'entreprise au travers d'images et de vidéos.

A vos claviers !

Source : Hootsuite, 2020

 Grisoni-Zaugg SA

 groupe_grisoni

 groupegrisoni

Remplacement d'un pont au centre de Montreux

Un chantier au cœur de la ville

Le pont de la rue du Centre enjambe les voies de chemin de fer CFF, juste à la sortie de la gare de Montreux en direction de Lausanne. Des murs de soutènement longent les rails de part et d'autre et des habitations sont implantées juste à côté, à quelques mètres au-dessus des voies. C'est dans cet environnement exigu que l'équipe Grisoni, en moyenne 7 à 8 hommes, a opéré en présence du trafic ferroviaire.

Enlèvement du pont existant

En premier, une passerelle provisoire a dû être installée au-dessus des voies pour la déviation des conduites et permettre le cheminement du personnel. Le pont existant a été enlevé en une nuit, à l'aide d'une autogrupe de 320 tonnes, après pré-sciage des parapets et du tablier. Les culées ont été démolies et réhaussées et près de 300 m² de murs ont été refaits. Une solution en mur mixte et moellonnage a été imposée par le maître d'ouvrage pour conserver le caractère du lieu. Le nouveau pont métallique de 24 tonnes, 7 mètres de large et 11 mètres de long a été livré en deux parties, assemblées sur site au moyen d'un système de boulonnage.

Un condensé de savoir-faire

Une solution ingénieuse a été trouvée pour les parois de protection. Au vu de la proximité avec les voies, c'est une fine palissade en bois retenue par un échafaudage tubulaire avec contreventement qui a été mise en place. A l'arrière de cette palissade, le mur et la rampe d'accès ont été reconstruits. Ce chantier en site urbain a fait appel aux savoir-faire de tout le Groupe en complément des connaissances liées au domaine ferroviaire : démolition par sciage, levage, génie civil, bétonnage, maçonnerie et pavage.



1

D'autres projets en cours :

- Bâtiment - Halle industrielle à Epagny
- Ferroviaire - Passage supérieur CFF à Boudry
- Génie civil - Route de Grandcour à Estavayer
- Démolition - Centre commercial à Villars-sur-Glâne
- Travaux spéciaux - Sondages Genilac à Genève

1. Autogrupe et nouveau pont en attente sur la gauche
2. Dépose du tablier de l'ancien pont
3. Pose du nouveau pont métallique à l'aide de l'autogrupe
4. Paroi de protection en bois retenue par un échafaudage
5. Mur mixte en béton armé et moellons de taille, reconstitué et réhaussé



2



3



4



5

2021
CONCOURS
Une expérience
à couper le souffle,
en toute confiance.

Vous avez été captivé(e) par nos projets ?

Nous vous emmenons encore plus loin, encore plus haut.

Participez à notre concours et gagnez un accès VIP pour deux personnes au sommet de l'une de nos grues.

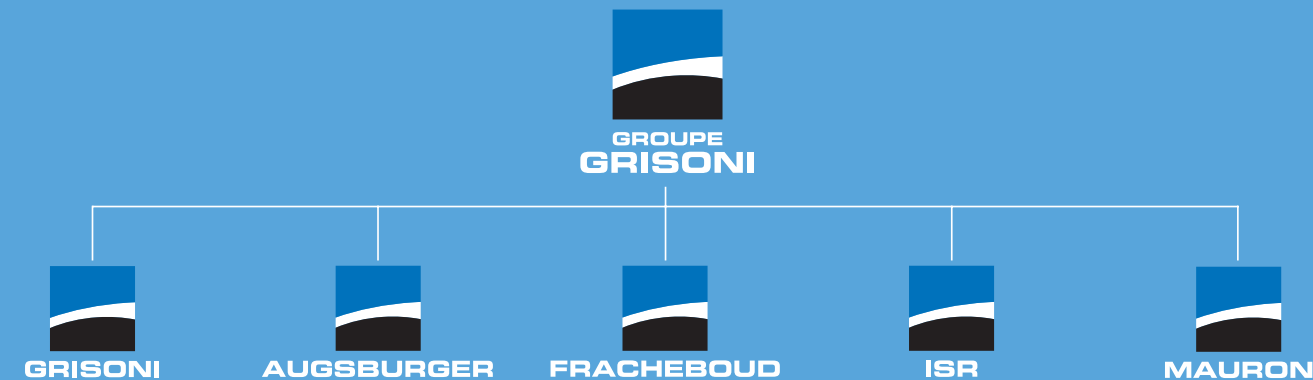
Accompagné(e) par un technicien, vous aurez l'occasion de vivre une expérience unique.

Plus d'informations sur nos comptes LinkedIn, Facebook et Instagram.

#GrisoniEnTouteConfiance



SOCIÉTÉS



groupe-grisoni.ch

**EN TOUTE
CONFIANCE.**