



C'ETAIT HIER

Portrait des fleurons de l'économie suisse

NICOLAS QUINCHE
HISTORIEN



A l'heure où la pandémie met à mal de nombreux secteurs d'activité en Suisse et dans le monde, les Editions Slatkine ont l'heureuse idée de publier le tome 2 des «20 sagas de l'économie suisse», recueil d'articles historiques publiés dans le magazine «Bilan». Le lecteur découvrira dans cet ouvrage richement illustré les multiples rebondissements ayant émaillé le développement de certaines entreprises suisses, qui ont su se renouveler, innover, et se diversifier pour se maintenir en vie. Tandis que nos hôteliers sont particulièrement touchés par les circonstances actuelles et luttent pour leur survie, ces articles mettent à l'honneur quelques-uns des fleurons de ce secteur et dévoilent la fondation et le développement du Lausanne Palace, du Beau-Rivage Palace, du Zermatterhof et de l'Hôtel Beau-Rivage de Genève.

Des objets emblématiques du savoir-faire de notre pays sont aussi mis en valeur, notamment le produit fabriqué dans l'atelier de coutellerie à Ibach fondé par Karl Elsener, le couteau suisse breveté en 1897. Ce produit, d'abord destiné seulement aux officiers, devait à l'origine permettre d'ouvrir des conserves, entretenir les fusils et était pourvu d'un tire-bouchon. La PME familiale qui le fabriquait a pourtant vécu une période très difficile, à la suite des attentats du 11 septembre 2001. Il était désormais interdit d'avoir



sur soi un couteau de poche à bord d'un avion. Quand on sait qu'une part importante des ventes se faisait dans les boutiques duty free, on comprend sans peine la perte de 30% du chiffre d'affaires.

Les auteurs retracent aussi les réussites entrepreneuriales dans le secteur alimentaire et mettent en lumière le parcours du bernois Wilhelm Kaiser qui fonde en 1901 Chocolats Villars. Le jeune entrepreneur, qui a tenu à garder son indépendance, a dû se faire une place face à de solides concurrents, Peter Cailler et

Kohler. Mais il parvient à créer son réseau de distribution en ouvrant des magasins au rez-de-chaussée des immeubles qu'il achète. S'il a aussi rendu plus accessible ce produit de luxe, il est également parvenu à accroître le prestige de sa marque en devenant le fournisseur officiel du roi d'Espagne. Malgré des innovations telles que la tablette à la liqueur de kirsch en 1935 et une diversification de ses produits avec la vente de café, l'entreprise a vécu des temps difficiles dans les années 1980.

Enfin, l'ouvrage retrace le parcours d'Emil Richterich qui fonde en 1930 Richterich & Co. Laufen, et produira le bonbon suisse aux herbes le plus célèbre: Ricola, dont la formule exacte reste aussi secrète que celle d'un célèbre soda américain. Les usines de production sont particulièrement respectueuses de l'environnement: le chauffage des locaux et la production d'eau chaude sont obtenus en récupérant la vapeur des installations de cuisson. En outre, les agriculteurs suisses ayant conclu des contrats avec Ricola s'engagent à cultiver sans pesticides ni engrais chimiques. Alors que la pandémie a ralenti de nombreux secteurs de l'économie suisse, il est réconfortant de découvrir ces modèles de réussites suisses qui ont su perdurer malgré les vicissitudes qui émaillent un jour ou l'autre toute entreprise qui cherche à s'inscrire dans la durée.