Knorr Thayngen fête ses 100 ans : Aromat et Stockli: les saveurs de la Suisse

Autor(en): **Abt, Ueli**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger**

Band (Jahr): **34 (2007)**

Heft 2

PDF erstellt am: **04.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-912916

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Aromat et Stocki: les saveurs de la Suisse

Aromat et Stocki sont les deux mamelles de la culture culinaire suisse. Et pourtant, les Suisses n'ont jamais eu l'exclusivité de la marque «Knorr». Il y a cent ans, l'usine de Thayngen voyait le jour. Par Ueli Abt

En 2000, la marque Knorr devient propriété de la société néerlando-britannique Unilever. Est-ce à dire qu'une nouvelle marque suisse vient de passer aux mains d'une multinationale étrangère, comme Feldschlösschen est partie au Danemark, Ovomaltine en Grande-Bretagne, et Toblerone ainsi que l'eau Valser aux Etats-Unis? Non, pour Knorr, il s'agit d'une toute autre histoire. Si aujourd'hui, Aromat, les bouillons en cube Knorr et Stocki sont l'incarnation de la culture culinaire helvète, les Suisses n'ont ni inventé Knorr, ni possédé la marque très longtemps. Knorr est née en Allemagne, et ne s'est jamais limitée à la Suisse.

Tout commence en 1838, lorsque l'Allemand Carl Heinrich Knorr ouvre à Heilbronn, dans le Bade-Wurtemberg, une épicerie fine. Vers 1870, l'entreprise se lance dans la production de poudre lyophilisée à base de pois, de lentilles et de haricots. Très vite, elle s'agrandit et exporte ses produits vers l'Autriche et la Suisse. Pour contourner les barrières douanières toujours plus contraignantes, l'entreprise ouvre en 1885 une usine de conditionnement sur le sol suisse, à St. Margrethen, au bord du lac de Constance. De là, elle approvisionne le marché suisse en soupes lyophilisées. En 1907, une

usine de soupes et de bouillons en cube ouvre ses portes dans la commune idéalement située de Thayngen (SH).

Knorr s'implante ainsi géographiquement et économiquement sur un marché qui constituait jusqu'alors une chasse gardée de Maggi, société suisse domiciliée à Kemptthal qui a inventé, à la fin du XIXe siècle, les soupes prêtes à servir. Pendant longtemps, les soupes en sachet sont restées son principal cheval de bataille, puis la société a commercialisé, en 1886, un condiment liquide et brun du nom de Maggi, offrant une alternative au sel et au poivre.

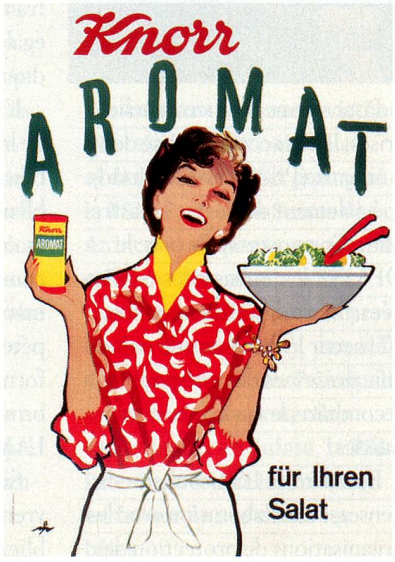
En 1952, Knorr réussit un coup fumant avec son produit «Aromat». En 1953, 30 000 huiliers jaunes-verts-rouges gracieusement offerts par l'entreprise viennent prendre place aux côtés des poivriers et des salières dans les restaurants suisses. Grâce à cette opération, «Aromat» devient rapidement célèbre dans tout le pays, alors que «Fondor», le produit concurrent de Kemptthal, pratiquement identique, n'atteindra jamais la même notoriété. Mais si l'Aromat parvient à égaler Maggi, il ne réussit pas à détrôner la sauce brune et aujourd'hui encore, les deux produits cohabitent dans les rayons des supermarchés.

Mais Knorr ne se satisfait pas des marchés allemand et suisse. Et pour preuve: en 1907, l'entreprise ouvre une usine Knorr dans la commune autrichienne de Wels, en 1909, une usine de bouillons à Nancy, et en 1912, une usine de soupes à Monza. Entre 1901 et 1932, des filiales voient également le jour à Paris, Berlin, Wrocław, New-York et Anvers.

Durant la Seconde Guerre mondiale, la production est temporairement interrompue à Heilbronn. Une attaque aérienne détruit partiellement le siège de l'entreprise en décembre 1944. Mais dès la fin de la guerre, en mai 1945, la production reprend. Dès le mois de septembre 1945, l'entreprise compte de nouveau 650 salariés. A la même époque, la branche suisse du groupe devient une filiale.

Mais cette indépendance sera de courte durée, car la réussite de l'entreprise suscite la convoitise des groupes étrangers. En 1958, Maizena, filiale de la société américaine Corn Products Company (CPC), devient actionnaire majoritaire du groupe. La même année, le dernier représentant de la famille Knorr quitte le comité directeur allemand. En 1998, CPC devient une société de pro-

Il y a 100 ans, les produits de Knorr partaient à la conquête du monde. Mais la Suisse reste le seul pays où l'on peut trouver l'Aromat.



duction de biens de consommation et prend le nom de Bestfoods. En 2000, Bestfoods est à son tour racheté par Unilever.

Aujourd'hui, on trouve les produits Knorr dans plus de 100 pays. Si en dépit de la mondialisation, les Suisses considèrent toujours Knorr comme «typiquement suisse», c'est en grande partie grâce à «Knorrli», la mascotte du groupe. En effet, si ce petit personnage publicitaire a connu une gloire éphémère à l'échelle internationale, il a perduré sur le territoire suisse. Selon un sondage effectué par la société, Knorrli serait connu de 98% des Suisses. Dans les années 1960, les consommateurs allemands découvrent Knorri, un bœuf bipède tenant dans la main droite une cuillère en bois. A ses côtés se tient Stocki, une pomme de terre coiffée d'un béret et faisant la promotion de la purée éponyme.

Depuis 2004, la «suissitude» fait partie intégrante de l'image de marque du pays. Knorrli, qui entretemps avait été relégué au dos des emballages, est donc de nouveau bien en vue. Les graphistes de Knorr l'ont même assorti d'une croix suisse. De plus, la «Qualité suisse» est explicitement mise en avant sur les emballages. Pourtant, tous les ingrédients utilisés dans l'usine de Thayngen ne sont pas d'origine suisse et la quantité de matières premières importées par Unilever demeure un secret bien gardé. Paradoxalement, les sachets et emballages produits à Thayngen et exportés ne font pas mention de cette fameuse «qualité suisse»: les produits Knorr ne sortent pas toujours des cuisines helvètes, et l'entreprise se garde bien de le crier sur les toits.

UN MARCHÉ MONDIAL, DES VARIANTES LOCALES

Les produits vendus dans plus de 100 pays sous la même marque «Knorr» n'ont pas le même goût partout. Impossible, en effet, de trouver dans les magasins suisses la «Fette Brühe» (bouillon gras), l'historique «Erbwurst» (soupe aux pois) ainsi que le ragoût de lentilles. En Autriche, Knorr a même lancé la gamme «Sweety» comme le «Kaiserschmarren» (crêpe épaisse aux raisins secs) et bien d'autres encore, qui, selon Anne Zwyssig, porte-parole du groupe, sont introuvables en Suisse. De même, la soupe d'orge des Grisons et la soupe de farine bâloise ne sont pas disponibles en Allemagne. On retrouve certes des produits identiques dans les deux pays, mais avec quelques variantes locales: le «Hüttenlunch» suisse (spätzli au fromage et au jambon) devient ainsi en Allemagne le «Hüttenschmaus» (spätzli au fromage et aux oignons frits). Et même lorsque les produits portent le même intitulé, ils sont fortement adaptés aux papilles locales: «Nos sauces au jus de viande ou à la crème n'ont pas du tout le même goût que celles de notre voisin allemand. Les Suisses les aiment généralement plus relevées, tandis que les Allemands les préfèrent plus sucrées». (ua)

www.asn.ch

ASN
Services for Expatriates

Assurance maladie et accident internationale

- Couverture privée en cas de maladie et d'accident
- Libre choix du médecin, de l'hôpital et de la clinique
- Couverture garantie à vie et dans le monde entier
- Service d'urgence multilingue 24h sur 24
- Prestations de médecine alternative

Vous êtes à la recherche d'une assurance maladie? Nous vous aiderons volontiers à trouver la meilleure couverture possible: contactez-nous.

ASN AG, Bederstrasse 51, CH-8002 Zurich
Tél +41 43 399 89 89, Fax +41 43 399 89 88
e-Mail info@asn.ch, Internet www.asn.ch

Une assurance sans frontières pour les Suisses à l'étranger.

L'International Health Plan proposé par la CSS Assurance comble cette lacune par **une protection** complète aussi bien privée que professionnelle **pour la maladie, l'accident et la maternité.** Informations et offre sous:

www.css.ch/ihp

Téléphone: ++41 58 277 16 87/91
E-Mail: ihp.info@css.ch

SR 2/07

Assurance CSS