Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 42 (2005)
Heft: 1642

Artikel: Marques suisses: Ricola : le bonheur à sucer
Autor: Danesi, Marco
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1013494

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Le bonheur à sucer

Un mélange, aussi secret que la recette de Coca-Cola, emporte les marchés et dégage la gorge.

Emil Richterich achète la boulangerie Bleile à Laufon, près de Bâle, en 1924. Trois générations plus tard, une *holding* vend au monde entier les Ricola inventés en 1940 par le grand-père. C'est un rêve à 230 millions de chiffre d'affaires sur les berges de la Lauffen, la rivière qui traverse le bourg plutôt voué au ciment et à la céramique.

La boulangerie aligne une centaine de spécialités. En tête d'affiche, il y a le célèbre *Fünfermocken*, une boule à cinq centimes au goût de caramel et le *Hustenwohl*, une sucrerie à base d'herbes contre la toux et le rhume. A partir de 1930, Emil fabrique les confiseries de son magasin. Il fonde la Richterich & Co. Laufon, dont les initiales accoucheront trente ans plus tard de l'acronyme Ricola. Pour l'heure, les bonbons sortent d'une cuisine chauffée au charbon, équipée de chaudrons, d'une table frigorifique, d'une presse à vis et de tambours à dragées. Rosa Beck, la femme de Richterich, forte de son expérience acquise au Café Singer, lieu de rendez-vous des notables près de la gare de Bâle, traque les goûts de la bonne société, tandis qu'Emil fait la tournée des clients à vélo. Les affaires prospèrent. On savoure les confiseries Bleile bien au-delà de Laufon.

Employés de l'usine de Laufon

La recette magique

Pour résister à la crise des années trente - chômage et douceurs ne font pas bon ménage - Emil mélange treize herbes du cru, en secret. La recette repose dans d'un coffre, à l'abri des curieux et des concurrents. Plantain, alchémille, sureau, guimauve, menthe, thym, sauge, primevère, marrube, pimprenelle, véronique, mauve, millefeuille et mélisse se marient à gorge déployée. Le chiffre d'affaires tient bon. Il résiste également à la Deuxième Guerre mondiale. Les Suisses, malgré la pénurie, achètent les sucres Ricola avec leurs cartes de rationnement. On les suce et on les dissout dans l'eau bouillante pour soulager inflammations et angines.

Des bonbons bio et responsables

Aujourd'hui, il faut un millier de tonnes d'herbes fraîches, cultivées sans herbicides, pesticides, fongicides ni autres engrais chimiques, pour produire l'assortiment annuel des produits Ricola, riche d'une gamme de quarante-cinq variétés de bonbons et de tisanes.

L'artisan du début se métamorphose en capitaine d'industrie, épaulé par le fils Hans Peter. La première machine fait son apparition en 1954. Elle préfigure l'automatisation à venir, soumise cependant au respect quasi religieux des herbes chères au fondateur de l'entreprise. Ricola fabrique elle-même les appareils nécessaires à l'extraction des essences. Même si l'on arrache toujours à la main les mauvaises herbes, dans les deux cents exploitations agricoles indépendantes qui bénéficient d'un contrat d'achat ferme de leur production. Et l'on colore les petites pastilles transparentes avec des jus naturels de betterave, de carotte ou d'épinard. Le label Bio Suisse est à ce prix.

Tout comme la responsabilité sociale à l'égard des quatre cents collaborateurs qui empilent 160 millions d'emballages chaque année est ancrée dans la conscience collective «de participer au maintien d'une qualité exemplaire» selon la formule imaginée par le service de presse. Le grand-père connaissait tous ses employés. De nos jours, des cours de formation continue ou des contrats de travail sur mesure remplacent le paternalisme d'antan. Sans oublier le traditionnel pique-nique - destiné autrefois à la récolte des herbes - qui réunit patron et salariés le temps d'une journée anachronique où le ciel semble à portée de main avec une gorge en bonne santé.

Le sucre aux herbes et rien d'autre

Avec Hans Peter à la barre, le fils d'Emil, Ricola trouve son nom et concentre sa production. Il réduit l'assortiment aux bonbons et à la boule au caramel. Le choix porte ses fruits. Désormais, les spécialités à base d'herbes effacent la diversité disparate d'origine. L'infusion calme refroidissements et grippes à partir de 1968, alors que la fièvre contestataire enflamme les continents. C'est aussi l'époque des premières tentatives d'exportations vers l'Italie. Le succès dans les kiosques de la péninsule entraîne Ricola au Luxembourg, en Allemagne et en France, avant de s'envoler à la conquête des Etats-Unis et du Japon. Cinquante pays sucent maintenant huit bonbons sur dix sortis de l'usine de Laufon. Emil applaudit et meurt en 1973, fier du travail accompli.

Avec les années nonante et le petit-fils Felix, Ricola regroupe les sociétés indépendantes qui la composent en une *holding* dont les actions appartiennent à la famille Richterich. Sur la lancée, elle ravit en 1992 Disch à Nestlé, neutralisant ainsi un concurrent séculaire, et s'établit durablement en Asie via une filiale basée à Singapour depuis 1994. Si la recette reste la même, elle se décline de manière différente, voire exclusive, selon les goûts des marchés et des pays. Elle est à la fois multiforme et globalisée. En un mot, cosmopolite. Comme la beauté des bâtiments de la société - exaltée par le génie des architectes Herzog et de Meuron qui détournent volontiers les Ricola en pâte à modeler - et le mécénat artistique - nourri par la Fondation Emil et Rosa Richterich-Beck. *md*

www.ricola.ch; www.disch.ch