Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 43 (2006)
Heft: 1708

Artikel: Cailler : l'emballage au pouvoir
Autor: Danesi, Marco
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1009203

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: 08.07.2025

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

L'emballage au pouvoir

Le chocolatier de Broc dans le canton de Fribourg illustre à merveille l'histoire d'une invention géniale devenue une industrie avant de se perdre dans le marketing.

Nestlé gagne toujours de l'argent - un bénéfice de 8 milliards de francs en 2005 et des ventes en hausse les neuf premiers mois de cette année - malgré le PET éclaté à la figure de Cailler. Les déboires de la marque installée à Broc dans le canton de Fribourg ressemblent à une tempête locale - qui a coûté pourtant plus de 50 millions de francs - dans un verre d'eau mondialisé: la Suisse génère à peine 1% du chiffre d'affaires du géant alimentaire, et le chocolat vaut 16% de ce montant. Cependant entre Alpes et Jura, chez Denner ou l'épicier du coin, sur un blog anonyme, maintenant fermé, l'emballage imaginé par Jean Nouvel a remué autant le consensus au lait des amateurs de cacao que le management de la société veveysanne. Protestations, boycott, vagues à l'âme ont finalement eu raison de la beauté plastique non recyclable. La direction de Nestlé fait marche arrière et promet pour 2007 l'usage de matériaux écologiquement correct, en ligne avec une tradition d'élégance et de discrétion, étrangère à la transparence parvenue qui laisse tout voir, sans secrets. Seul Frigor gardera son bouclier en PET, mais à des taux supportables.

La première plaque de chocolat au lait de Daniel Peter

Le chocolat d'abord

Au début du XXIe siècle, Cailler aligne ses plaques sans enthousiasme. Les clients, certes fidèles, consomment toujours, prisonniers d'une certaine routine. L'inertie plonge Broc dans les déficits. Pressé par des concurrents qui déclinent goûts et mélanges inédits dans leurs assortiments, à l'image de Lindt et de Camille Bloch, Cailler décide de brancher ses branches. A court d'idées chocolatées, on «relooke» la gamme. A défaut de nouveautés, on se refait une image, de la boîte à la communication, entre chirurgie esthétique et médias. Au point d'occulter, malgré des écrins translucides, les créations géniales des pionniers, Cailler, Kohler et autres Daniel Peter, 150 ans plus tôt.

François-Louis Cailler, qui ne veut pas devenir tanneur comme son père, après un apprentissage chez un fabricant de chocolat de Turin, lance sa propre affaire en 1819 à Vevey, port florissant jusqu'à la construction de la ligne du Simplon et patrie des chocolatiers - sept en 1806. François-Louis rêve surtout de mécaniser la production, à cheval sur les machines à vapeur qui envahissent l'Europe. Il bricole ainsi la première broyeuse suisse de fèves brunes. Elle remplace le pilage manuel. Cailler roule bonbons et petits pains avec la pâte de cacao et cassonade sortie du mélangeur. Rapidement, il ajoute des parfums et des épices, cannelle ou vanille, multipliant ses spécialités pour le bonheur des gourmands.

A la même époque, la famille Kohler, père et fils, monte une fabrique de chocolat à Lausanne. De la Louve au Flon, deux rivières qui traversent la ville, l'entreprise se développe via une chaudière à vapeur qui accouche du gianduja en série, une variété inconnue qui marie les noisettes du Piémont au chocolat.

Toujours à Vevey Daniel Peter, époux de Louise Fanny, fille de François-Louis Cailler, quitte le commerce de chandelles menacé par l'essor du pétrole et invente en 1875 le chocolat au lait Gala en brassant le beurre de cacao avec du lait condensé fabriqué par l'*Anglo-Swiss Condensed Milk Co* de Cham, dans le canton de Zoug.

Les raisons du marché

A l'aube du XXe siècle Cailler, transféré désormais à Broc, emploie près de 1 400 personnes et confectionne pralinés, Fémina, jusqu'à Frigor en 1923 et Rayon en 1937. De leur côté, Peter et Kohler, qui ont réuni entre-temps leurs forces, occupent un millier d'ouvriers plongés corps et âme dans le chocolat au lait. Les deux sociétés ne tardent pas à se rassembler pour former dès 1911 Peter, Cailler, Kohler, Chocolats suisses SA, Vevey (PCK), histoire de renforcer leur emprise sur le marché et de repousser les assauts des autres chocolatiers, Suchard en tête. Nestlé, déjà actionnaire de Peter-Kohler, reprend le tout en 1929. Les trois chocolatiers tombent tout naturellement dans le giron de la future multinationale qui leur livre depuis longtemps lait en poudre et lait concentré. Héritière de la farine lactée élaborée à l'origine par Henri Nestlé, chimiste et pharmacien allemand établi sur la Riviera, voisin et ami de Daniel Peter, Nestlé en détient le monopole après l'acquisition de l'*Anglo-Swiss Condensed Milk Co* en 1905. Le chocolat, au nom du seul Cailler, devient alors une véritable industrie, réalisant le rêve de François-Louis. Avant de rentrer dans l'ère du marketing où le chocolat se transforme en support d'une communication glacée, *made in Switzerland*, loin des senteurs douces acides du cacao. *md*