Freitag, l'affaire est dans le sac : la jeune entreprise zurichoise fête ses 20 ans

Autor(en): **Auger, Denis**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Suisse magazine = Swiss magazine**

Band (Jahr): **- (2013)**

Heft 289-290

PDF erstellt am: **20.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-849381

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

SAGA

Freitag, l'affaire est dans le sac

La jeune entreprise zurichoise fête ses 20 ans

par Denis Auger

L'idée est née dans la cuisine. Markus et Daniel Freitag sont graphistes et depuis quelque temps, ils sont à la recherche d'une solution pour la fabrication d'un sac de cycliste fonctionnel, robuste et imperméable, à la manière des livreurs américains à vélo. Par la fenêtre de la cuisine de l'appartement de Zurich qu'ils occupent en colocation, ils remarquent les nombreux camions aux bâches colorées qui sillonnent la ville. Le tissu est trouvé : ce sera de la bâche de camion. Pour le reste, une ceinture de sécurité servira de bandoulière et de vieilles chambres à air assureront les coutures. Résultat, un sac unique, solide, fonctionnel et étanche. Le premier test est effectué à San Francisco, sur le dos d'un coursier à vélo. Il est concluant. Les frères Freitag vendent leurs premiers sacs à des amis, puis aux amis des amis, et l'affaire démarre à toute allure.

Si les 700 premiers exemplaires ont été assemblés et cousus dans l'appartement des Freitag, la situation est tout autre aujourd'hui. L'entreprise emploie 43 salariés dans un hangar industriel de la banlieue zurichoise qui sert désormais de siège social. Cinq sites de production en Europe sont chargés de la confection des sacs et des autres produits. Succès oblige, les bâches servent aujourd'hui à fabriquer des porte-monnaie, des housses de portables ou de tablettes numériques. Plus d'un demi-million de sacs ont été vendus.

De Zurich au Musée d'art moderne de New York

Tout cela peut sembler banal, mais il n'en est rien. Chaque sac, chaque produit Freitag est unique et est le fruit du découpage des bâches : couleurs et formes des dessins ne sont donc jamais les mêmes. Et comme l'objet est original et de bonne qualité, il

www.freitag.ch/Noë Flum

n'en faut pas plus pour intéresser les designers, architectes, artistes et bien entendu le secteur de la mode. Ce n'est pas un hasard si le sac original est exposé dans la collection design du Musée d'art moderne de New York. Quant aux sacs d'aujourd'hui, ils figurent parmi les créations de haute couture dans certaines boutiques de luxe de Milan.

Ces sacs « branchés » ont bien entendu fait des émules. Les copies pleuvent depuis quelques années. Même le numéro un de la grande distribution en Suisse avait osé lancer des sacs Donnerstag en 1997 avant de les retirer rapidement du marché... Mais combien de ces copies peuvent garantir une production artisanale, de qualité constante ? Le pire, c'est qu'elles sont assez souvent vendues au même prix que les créations de Freitag, la qualité en moins.

Recyclage maximal

Et puis combien d'entreprises sont-elles aussi soucieuses d'efficacité que Freitag ? Lorsque les bâches arrivent, elles sont triées. Lorsqu'elles sont trouées, trop vieilles ou pas assez flexibles, elles sont rejetées. C'est le cas de la moitié d'entre elles qui finissent alors en granulats pour la construction. Les bâches qui ont passé le barrage de la sélection sont découpées en pièces de plusieurs mètres carrés et sont lavées à l'eau de pluie. Là encore, les frères ont mis en pratique leur souci du recyclage. L'eau de pluie est recueillie sur le toit du bâtiment, stockée au sous-sol et utilisée pour le lavage des bâches. L'eau du dernier lavage est même réutilisée pour le premier lavage des bâches suivantes. Sont ainsi économisés environ quatre millions de litres par an...

C'est ensuite le travail des designers de tailler dans ces bâches les modèles de produits de toutes tailles (sac « Messengers », sacs de voyages, sac à dos, trousses de toilette, étuis pour smartphones, pour tablettes numériques ou pour ordinateurs...). Tout le processus a lieu dans l'usine de Zurich hormis la couture qui est délocalisée dans de petits ateliers en France, au Portugal, en République tchèque ou en Tunisie. Mais le contrôle de qualité est de toute façon effectué en Suisse. Le « fait en Suisse » est un atout auquel tiennent les deux frères, eux qui n'ont pas voulu quitter Zurich, préfèrent prendre leur temps... et ne pas trop compter sur les autres : n'ont-ils pas développé leur société ainsi, commençant par laver leurs premières bâches dans la baignoire de l'appartement en colocation ? De 2 employés, Freitag est passé à plus de 150 dans le monde, d'un sac à plus de 50 modèles, et atteint les 8 boutiques et les plus de 400 revendeurs dans le monde, sans recevoir l'aide d'investisseurs extérieurs. Aujourd'hui les frères ont laissé le management de l'entreprises à d'autre mains mais ils restent bien entendu propriétaires de l'entreprise familiale et très impliqués dans la partie design. Après vingt ans de succès, on ne peut pas dire qu'ils en aient plein le dos des sacs ! ■