

Zino Davidoff, la griffe suisse du cigare

Autor(en): **Goumaz, Michel / Pierquet, Alexandre**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Le messenger suisse : revue des communautés suisses de langue française**

Band (Jahr): - **(2001)**

Heft 138-140

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-847844>

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.

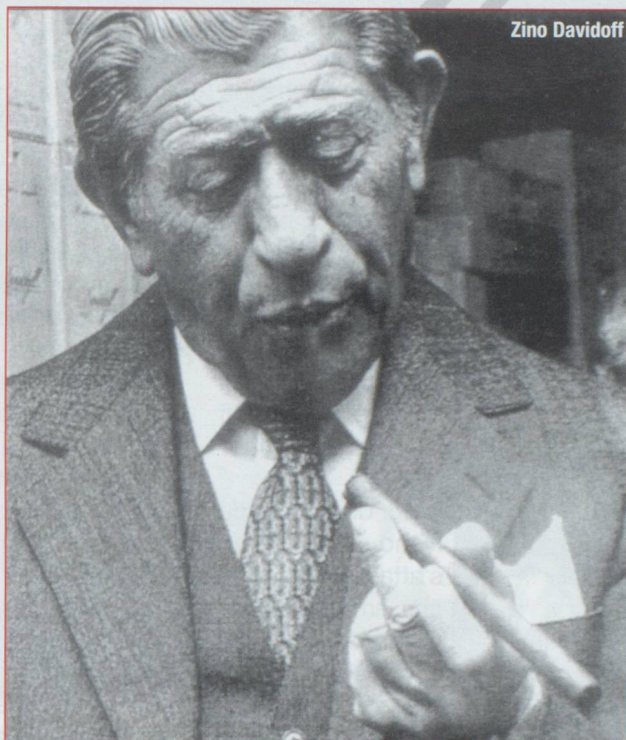
Les Suisses célèbres

Zino Davidoff, la griffe suisse du cigare

Seuls les non-fumeurs peuvent ne pas avoir entendu parler de Zino Davidoff. Les autres voient en lui celui qui a érigé l'art de fumer le cigare au sommet des plaisirs, fait de la place de Genève un haut lieu international du "puro". Le Messager lève le voile sur ce personnage haut en couleurs et sur l'empire économique qui survit après sa mort.

Michel Goumaz

Alexandre Pierquet



Zino Davidoff

En dehors de la distinction de bon tireur, les décorations sont totalement inconnues en Suisse. S'il en avait été autrement, Genève aurait décerné une médaille de diamant dans le domaine du tourisme à Zino Davidoff.

Jusqu'en 1970, la boutique de Genève était unique au monde. C'était le seul endroit où l'on pouvait se procurer un "davidoff". Les amateurs de cigares de la planète entière, lorsqu'ils voyageaient, faisaient le détour par Genève pour acquérir les meilleurs puros de la Terre. Le célèbre magasin faisait partie des atouts incomparables de l'office de tourisme, à l'égal du mont Blanc ou du jet d'eau, pour faire la promotion de la cité de Calvin.

Issu d'une famille de marchands de tabacs, Zino Davidoff est né le 11

mars 1906. À l'âge de cinq ans déjà, il quitte sa terre natale

avec ses parents dans un wagon plombé. Trois mois de voyage difficile pour arriver enfin à Genève.

M. Davidoff père ouvre un magasin de tabac où il vendait des cigarettes d'Orient, boulevard des Philosophes. Les immigrés russes sont des clients habitués, il y règne une ambiance de conspirateur, en ces temps de révolution. "L'un d'eux m'impressionnait beaucoup" se rappelle Zino en évoquant sa jeunesse, "Il avait un visage maigre, des yeux brillants. Il parlait d'une voix forte, prenait des cigares qu'il ne payait jamais et mon père n'osait pas lui réclamer son dû. Sur le carnet de commande figure en face de son nom (Vladimir Oulianoff) la mention : impayée ; Il ne s'appelait pas encore Lénine".

Zino apprend très vite les bases du métier. Il sait mélanger les tabacs pour les cigarettes et pour les pipes. À vingt ans Zino, sur les conseils de son père qui le voit "épris des marées végétales", décide de faire un tour du monde des tabacs. Il part pour l'Amérique : entre autres Argentine, Brésil et évidemment Cuba. Son séjour à la Havane durera trois ans. Il perce tous les secrets

du tabac, connaît tous les procédés de culture, de séchage, de fermentation. Il est devenu maître dans l'art des mélanges et de la dégustation.

Une notoriété mondiale

Il revient en Suisse et ouvre, dans le magasin de son père, un département cigares. Il y aménage une cave spéciale pour les conserver dans des conditions optimales, une innovation sur le continent. Grâce à cela et à son immense compétence en la matière, il révolutionne le monde du cigare en installant la première cave à cigares tempérée d'Europe, puis fit fabriquer les premiers "humidors". Le succès est immédiat. Les Cubains lui confient l'écoulement des millions de cigares entreposés dans les ports-francs. Sa boutique située au 2, rue de Rive à Genève devient de notoriété mondiale.

Pour Zino Davidoff, la jouissance d'un cigare est liée à une éthique, un savoir-vivre. Une de ses citations préférées n'est-elle pas : "Fumez moins, mais mieux, plus longtemps, faites-en une culte, une philosophie".



Les Suisses célèbres

► En 1947, il lance la série fameuse des " Châteaux ". Ainsi les noms de Margaux, Laffitte, Haut-Brion, Latour connaissent d'autre existence que celles du vin..., fabriqués avec des tabacs cubains de Hoyo de Monterrey, provenant de la fine fleur des feuilles délicates de la Vuelta Abajo, la meilleure terre de culture à Cuba. Le succès est à la hauteur de la qualité : prodigieux. Ami de Fidèle Castro, celui-ci, lui propose en 1968 de créer sa propre marque, qui fera la fortune et la gloire du seul nom universellement connu dans le vaste monde du cigare.

Plus tard, Davidoff lance une nouvelle marque " Zino " avec du tabac du Honduras pour s'attaquer au marché américain. Les Cubains n'apprécient pas et la rupture deviendra inévitable en 1989. En 1970, il s'associe avec un ami de toujours, le Dr Ernst Schneider et le groupe Cettinger à Bâle, une des plus importantes entreprises de tabac en Suisse. C'est le début d'une période d'expansion déterminante. Le Dr Schneider, devenu

PDG du groupe Davidoff et du groupe Cettinger, fixe les bases d'un concept de produits alignés pour le monde entier. Vingt ans plus tard, en 1991, Zino Davidoff et le Dr Schneider se lancent sur le marché international et créent une nouvelle génération de cigares. Cette nouvelle ligne, très appréciée par les amateurs, est élaborée sur la base d'une sélection de tabacs dominicains entièrement roulés à la main selon la tradition d'excellence de la maison.

Si Zino Davidoff était l'ambassadeur du cigare, il l'était aussi pour sa ville. Il vint à l'Office du tourisme suisse à Paris lors d'une réception organisée par les Genevois et ainsi prêter main forte au directeur du tourisme de sa ville.

Le maître s'est éteint le 18 janvier 1994 à Genève, à l'âge de 88 ans. Dire de lui que c'était un ambassadeur du cigare est vrai. Mais c'était pour ceux qui le connaissaient le plus grand propagandiste du " havane " de ce siècle. Commerçant certes - le puro, lui apporta la fortune -, il avait à cœur la perfection pour les cigares, celle-là même qu'il façonnait en une amitié passionnée pour son entourage.

Comme la fumée d'un cigare...

Qui emplit l'espace, après avoir donné un goût de paradis ; l'empire de Davidoff International plane sur le luxe mondial, se forgeant telle la couleur acier de la cendre d'un cigare, une brillante place.

La marque évoque en premier lieu le cigare. Le cigare évoque à lui seul toutes les autres symboliques : le luxe, le raffinement, la qualité, l'élégance et une tendance indémodable.

Cette marque repose sur un nom qui est devenu la référence internationale comme celle d'un grand couturier ou celle d'un grand cuisinier. Pour comprendre la notoriété de la marque " Zino Davidoff ", il faut s'imprégner

La famille Gérard, prince du cigare

Le roi Davidoff, a laissé derrière lui quelques héritiers dans la hiérarchie des négociants de " havanes ". Parmi eux la famille Gérard père et fils, qui occupe la première place du fief, la ville de Genève.

Chacun sait en la matière, qu'il est préférable d'être premier à Genève que second partout ailleurs.

Les Gérard, comme naguère Davidoff, connaissent tout du havane et ils prodiguent leurs conseils par un accueil incomparable dans un paradis du puro.

La boutique est située au Noga Hilton sur les bords du Léman. Cinq cents mètres carrés enveloppés d'un écrin de bois de cèdre, celui-là même dont sont faites les boîtes de cigares de la Havane.

Comme de nombreux amateurs, puristes, ou inconditionnels, les Gérard ne reconnaissent que le havane, le seul cigare disent-ils " qui joue plusieurs musiques et soit comparable à de grands vins ". On doit à ces nouveaux souverains les cigares courts et trappus, au tirage impeccable tel le D4 de Partagas, les Épicures de Hoyo de Monterrey (tabacs utilisés pour réaliser en son temps les meilleurs modules de Davidoff).

La couronne de la famille Gérard leur a été décernée par les Cubains qui leur ont octroyé la distinction très rare de la médaille des vingt-cinq ans de la Cubatabaco.

Adresse internet : info@gerard-pere-et-fils.com

À lire *Le nouveau guide de l'amateur de havane* qui présente 193 havanes de 25 marques, sélectionnés par Gérard père et fils.

de la philosophie en y ajoutant de la forte personnalité du personnage et en analyser toutes les facettes. À la fois technicien hors pair et poète de l'irréel, on doit à ce chaleureux personnage, la connaissance, l'art, la réflexion, et tout ce qui conditionne l'être humain pour accéder à son bien-être. En d'autres termes le " consommateur " est baigné dans un



Dr Ernst Schneider

univers de luxe, de rêve et d'élitisme. La philosophie de Zino Davidoff n'est autre, si l'on y regarde de plus près, qu'un concept marketing. " Le cigare a été ma vie. Je lui dois tout : mes extases et mes angoisses, les joies de mon travail comme celles de mes loisirs, et si j'ai acquis, au fil des années, quelque science teintée de philosophie, c'est encore au cigare que j'en suis redevable. "

Cette idéologie fera l'objet d'un livre, véritable bible chez les " officionados " ou dans la " caste " des amateurs de cigares : *Le livre du connaisseur de cigare* édité en 1967 chez Robert Laffont, qui donne au lecteur un avant-goût d'un nouvel art de (bien) vivre et permet au consommateur de s'identifier aux grands de ce monde.

" J'ai fourni aux rois, aux milliardaires, l'occasion de méditer voluptueusement sur leur sort et sur celui du monde. (...) J'ai dû éconduire des grooms, car un honnête homme ne fait pas prendre ses cigares par un serviteur ".

En prônant le retour à la communication avec soi, Zino Davidoff va plus loin, il donne au consommateur

Extraits choisis

Surnommé par les journalistes " votre homme à la Havane ", Zino Davidoff, coucha sur le papier ses pensées et ses connaissances du tabac à cigares :

" Je venais de l'Est, du froid, des plaines battues par les vents de la steppe. J'ai découvert votre parfum et votre chaleur sensuelle comme un adolescent découvre dans une femme ardente, qu'elle sait tout ce qu'il ignore encore ". (...)

" Le cigare est fait pour tous les sens, pour tous les plaisirs, pour le nez, le palais, les doigts, les yeux. Il s'adresse même à l'oreille ".

" Un grand cigare contient la promesse d'une volupté totale ".

" En formulant mes idées sur le savoir-fumer, fruit de mon expérience, il semble que je m'aquitte, avant tout d'un devoir d'amitié ".

Tiré du livre *Le livre du connaisseur de cigare* chez Robert Laffont.



Davidoff en chiffres

Chiffre d'affaire (tous produits confondus) : 2 441 millions Sfr
 Effectif total : 2 000 salariés
 Boutiques Davidoff : 39
 Dépositaires agréés : 493
 Dépositaires dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration : 1 749
 Nombre de cigares produits par an : 10 millions

des valeurs proches de celles de la religion. Ses idées, maintes fois reprises, ont fait leur chemin, sans perdre toutefois leur genèse pour aboutir de nos jours à un véritable enjeu de société : le phénomène de mode.

Le cigare entraîne dans son sillon la restauration, le prêt à porter, la parfumerie, les accessoires, la maroquinerie dans l'univers du luxe.

Ce nouveau moteur de vente, la Société Zino Davidoff s'en sert avec

Les Suisses célèbres

► l'image du père fondateur de la marque.

Les produits sont de qualité mais surtout, destinés à un large public international.

Comme les cigares, Davidoff les propose dans une variété de formats de quatre mélanges et cinq séries.

Il faut savoir que depuis sa rupture avec le gou-

ver-
nement cubain, le cigarier les fait fabriquer en République Dominicaine, ce qui lui a aussi permis de prendre des parts de marché jusqu'à là inaccessibles. Ces cigares, par leur goût, l'importance de leur production (et sa localisation), le choix des modules proposés ont su conquérir le marché américain.

La saga d'une marque

- 1875** : Fondation de la société Max Cettinger (importation, distribution et vente au détail de produit de tabac en Suisse).
- 1906** : Naissance de Zino Davidoff à Kiev.
- 1911** : Le père de Zino ouvre son premier magasin de tabac à Genève.
- 1924** : Zino part dès sa sortie d'école durant 5 années en Argentine, Brésil, et Cuba où il se forge ses connaissances sur le tabac.
- 1929** : Zino révolutionne le monde du tabac, en inaugurant la première cave à cigare dans le magasin de son père (Genève).
- 1938** : Rachat de la société Cettinger par George Huppuch.
- 1946** : S'inspirant des grands vins de Bordeaux, Zino Davidoff crée la ligne des cigares "Château".
La presse française parle déjà de grands crus et le nom de Davidoff devient de renommée internationale.
- 1961** : Le Dr Ernst Schneider (gendre de George Huppuch) prend la direction de l'entreprise.
- 1970** : Le groupe Cettinger rachète le magasin genevois de Zino Davidoff.
- 1985** : Lancement de la marque de cigarettes Davidoff, et du parfum du même nom.
- 1988** : Lancement des cognacs Davidoff.
- 1989** : Lancement des lunettes Davidoff.
- 1991** : Lancement des cigares Davidoff de la République dominicaine (après de nombreuses années de collaboration avec Cuba).
- 1996** : Lancement des accessoires de mode Davidoff.
- 1998** : La direction opérationnelle du groupe est confiée au Dr Reto Cina. Lancement de la gamme papeterie (stylos, accessoires de bureaux). Lancement du café Davidoff.

La marque, (et la boutique de Zino Davidoff négociée quatre millions de francs suisses) depuis son rachat par le groupe Cettinger s'est considérablement développée par l'exploitation de licences du nom Davidoff. Associée à une politique de protection juridique de la marque (32 procès intentés dans le monde), la diversification est le fer de lance du succès marketing et commercial. Ce succès repose sur un homme, le Dr Ernst Schneider ; les convictions qui l'animent, il saura les imposer au sein de son entreprise, par des idées simples.

"Cool Water", premier parfum vendu au monde, est parti de la réflexion suivante : rajeunir la marque et prendre le contre-pied de l'image de mauvaise odeur que véhicule le cigare. Ces lancements sont toujours étudiés en collaboration avec les leaders dans leurs secteurs (Lancaster pour les parfums, Hennessy pour le cognac) et la commercialisation assurée par une distribution sélective, dans certains points de ventes qui ont en outre des conditions particulières.

2001 ne verra pas de nouveau lancement. "Nous ne voulons pas ressembler aux autres marques de luxe qui perdent leur identité à force de se diversifier, nous souhaitons rester une entreprise familiale", commente Corina Atzli, directrice de la communication. En revanche, si de nouveaux produits ne verront pas le jour, le cigarier va recentrer son activité sur son métier de base et adjoindra en juin de cette année une nouvelle gamme de cigares, toujours fabriqués en République dominicaine.

Le talon d'Achille de cette entreprise reste son avenir. Dans une ère de fusions acquisitions, elle représente une proie enviable. À moins que, comme l'affirme son président, celle-ci reste entre les mains de la famille et que les petits-enfants, aujourd'hui formés à la gestion au sein du groupe, ne reprennent le flambeau. +

Sélection de sites Internet
www.casadelpuro.com
www.davidoff.com