

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 40 (2003)
Heft: 1570

Artikel: Marques suisses : le triangle d'or
Autor: Danesi, Marco
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1021486>

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: 27.01.2026

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

Le triangle d'or

Le Toblerone bouleverse l'univers cloisonné du chocolat. Du goût à la forme, il trahit une vision du monde cosmopolite lancée à la conquête des marchés et du palais.

Philip Morris avale Toblerone en 1990. Vingt ans plus tôt, Suchard s'emparait de Tobler, qui tombait ainsi dans le giron d'Interfood SA. La multinationale, digne concurrente de Nestlé, domine alors le marché du chocolat que les Suisses dévorent sans compter, dix kilos par an et par personne. En 1982, Klaus Jacobs, pape planétaire du café, rachète Interfood et la transforme en Jacobs Suchard Tobler. Pour rationaliser l'ensemble, il ferme les usines Suchard de Serrières dans le canton de Neuchâtel et centralise l'ensemble de la production des deux chocolatiers à Brünnen dans le canton de Berne. C'est l'une des usines de chocolats les plus modernes du monde, automatisée d'un bout à l'autre. Si Neuchâtel pleure la perte d'une marque historique, le chômage en prime, Toblerone semble renouer avec la splendeur du passé. Klaus Jacobs assure son attachement «au plus suisse des produits suisses». Cependant, l'offre de Philip Morris, géant mondialisé de la consommation, se moque des belles promesses et des traditions. On vend Tobler disparaît de la raison sociale de la nouvelle société. C'est un drame national. Le *Blick* s'en émeut. Le *Bund* est plus philosophe, à l'échelle mondiale, la nationalité d'un produit est sans intérêt. Trois ans plus tard, Philip Morris fait le ménage dans ses filiales européennes. Il regroupe Kraft General Foods et Jacobs Suchard pour créer Kraft Jacobs Suchard, un colosse sur le marché de l'alimentation, avec un chiffre d'affaires de treize milliards de francs et plus de trente mille salariés dans vingt pays différents. Toblerone perd son aura aristocratique. Il partage désormais la vedette avec les chewing-gums, les mayonnaises, le ketchup, les fromages à tartiner dans l'assortiment passe-partout de la multinationale. Seule consolation, Berne est toujours «the home of Toblerone».



De la confiserie au chocolat

Le Toblerone voit le jour en 1908 dans une cuisine de la Fellenbergstrasse de Berne. Theodor Tobler, déjà confiseur à succès, et son cousin Emil Baumann brisent la barrière historique entre praline et chocolat. Ils mélangent pour la première fois du chocolat au lait, du miel et du nougat d'amandes. Une fois trouvé le contenu, il faut une forme nouvelle pour échapper à l'emprise de la tablette. Le triangle incorpore les souvenirs des filles en pyramide des Folies Bergères parisiennes, les symboles ésotériques francs-maçons et la mythologie géométrique du Cervin. Le brevet est déposé en 1909. L'expert de deuxième classe Albert Einstein, alors employé de la Confédération, examine la demande et donne sa bénédiction.

Theodor Tobler est un capitaine d'industrie insatiable. Il agrandit sans relâche l'entreprise. Il cherche du travail partout et par tous les moyens. Il enjambe sans complexe les frontières. Il conclut des alliances internationales, parfois scabreuses - en Italie avec des proches de Mussolini. Il sillonne les pays, s'improvise diplomate. La Première Guerre mondiale est une aubaine pour Theodor Tobler. L'armée suisse

se s'arme de cette «bombe à calories» pour nourrir les soldats au front. Le Toblerone deviendra le surnom des fortifications plantées à son image un peu partout sur le territoire du réduit national. Bref, les années vingt appartiennent au Toblerone, il se fabrique et se vend aux quatre coins du monde.

Le capital au service du bien-être social

Il faut «aller de l'avant, accueillir le progrès, continuer de construire, bien au-delà de nous-mêmes, pour préparer à nos enfants un grand avenir, porteur de plus de bonheur.» On reconnaît l'idéalisme maçonnique de Theodor Tobler. Il est membre de la loge suisse Alpina à partir de 1902. Le Toblerone est un produit visionnaire. Il pousse l'ouverture cosmopolite, l'autarcie autosuffisante avec l'utilité publique du capital. Chantre de l'internationalisme, défenseur du libre-échange, Theodor Tobler participe à la fondation du Mouvement suisse pour l'Europe. Si le marché doit être à la mesure du monde, il faut, de l'autre côté, maîtriser l'ensemble de la fabrication du Toblerone - du lait jusqu'aux présentoirs. Il bâtit alors un Etat dans l'Etat. D'où les syndicats sont mis à la porte. C'est l'entreprise qui se charge du bien-être des employés, selon le modèle paternaliste en vogue.

Theodor Tobler, après Henry Ford, imagine un monde de consommation de masse via une politique salariale généreuse musclant le pouvoir d'achat des ouvriers. Le capital sort de ses gonds. Au lieu de s'accumuler ou de s'investir exclusivement dans la croissance de l'entreprise, il se dépense pour améliorer les conditions de vie des salariés. Congés payés, colonies de vacances, aides à domicile, logements à bas prix et une caisse maladie jalonnent l'engagement en faveur de la semaine de cinq jours, de la journée de huit heures et même d'une assurance maternité publique.

La fin de l'histoire

La débâcle boursière de 1929 frappe aussi le chocolat. Les marchés se ferment. Les droits de douane à l'importation étouffent la boulimie conquérante de Theodor Tobler. La réussite vire au cauchemar, jusqu'à la mise au ban du conseil d'administration en 1933. Les gestionnaires prennent le pouvoir. Otto Wirz sauve Chocolat Tobler de la faillite. Il est relayé en 1950 par Tell A. Sandoz qui profite du boom économique des trente glorieuses pour consolider la position de la société et du Toblerone en Suisse et à l'étranger. Avant de se rendre à Philip Morris. *md*

Patrick Feuz, Andreas Tobler, *Le Baron du chocolat - La vie douce-amère de Theodor Tobler (1876-1941)*, Editions Benteli, Berne, 1998.

Jean-Bernard Vuillème, Eric Gentil, *Suchard - La fin des Pères*, Editions Gilles Attinger, Hauterive, 1993.

www.toblerone.ch