Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 43 (2006)
Heft: 1691

Artikel: Marques suisses: Calida : proche du corps, loin des Alpes
Autor: Danesi, Marco
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1009037

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: 11.12.2025

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

Proche du corps, loin des Alpes

Le fabricant de lingerie a quitté désormais l'univers familial de ses débuts, pour rentrer dans l'arène globalisée des affaires, où la marque découvre le souffle excitant du capital cosmopolite.

Le pyjama à fleur de peau - inventé en plein boom économique afin de résister aux courants d'air nocturnes - dévoile désormais ses dessous sexy. Calida a poussé l'utile jusqu'au luxe avec l'acquisition d'Aubade (cf. encadré), sans exciter outre mesure le protectionnisme français, peu sensible aux histoires de lingerie fine. Felix Sulzberger, CEO depuis 2001, après une belle carrière à la cour de Philip Morris, Levi Strauss, Fruit of the Loom et Reebok, croit au métissage de la tradition et de la séduction. La marque française, familiale et centenaire, intégrée au groupe lucernois l'année passée, apporte glamour et marchés nouveaux au bonheur du sommeil propre et en ordre. Le tip top helvétique se paie une Folie Bergère, bonne pour l'image, pour la bourse et pour les ventes: 176 millions de francs, avec un bond de 28% par rapport à l'exercice précédent. La campagne d'expansion, engagée à partir de 2003, affiche son succès. Maintenant, il s'agit de tirer la leçon d'une affaire prometteuse, dont le prix reste secret, mais qui a exigé une augmentation de capital de 40 millions de francs et un prêt bancaire de 50 millions.

La famille se volatilise

Calida, hommage à la chaleur latine, quitte également le giron familial. Cotée au SWX Swiss Exchange à partir de 1987 pour un tiers de son capital, elle compte aujourd'hui six actions sur dix dans les mains d'investisseurs étrangers à la maison fondée par Max Kellenberger et Hans Joachim Palmers (cf. encadré). La gestion contemporaine demande liberté d'action et souplesse. Le «flottant», la part jouée en bourse du trésor de la société, coupe avec une certaine rigidité d'antan, qui a failli lui coûter cher à la fin du siècle passé. La marque, qui exporte 60% de ses «kangourous bleus» - exposés au musée du design de Londres - avait cumulé des pertes pour près de 60 millions de francs. Le redressement, via une nouvelle génération de dirigeants, passe en premier lieu par la délocalisation définitive de la manufacture en Hongrie, voire au Portugal, même si la direction vient de solder son usine et de confier tricots et culottes à des sous-traitants. Les sites indigènes ont fermé les uns après les autres, comme à La Chaux-de-Fonds - théâtre d'un blocus rocambolesque de la fabrique - et à Romont, au cours des années nonante. Les derniers marcels ont été confectionnés à Sursee en 2005. Après avoir supprimé cinquante places supplémentaires, il reste un peu moins de 300 salariés, tous occupés exclusivement dans l'administration, la publicité, la logistique et le design, véritables sources de plus-value, davantage que le commerce lui-même de slips et caleçons.

Une nouvelle intimité

La crise vécue par le groupe lucernois aboutit au renforcement de l'image de Calida et à un concept inédit de diffusion. Contre la morosité de la conjoncture et la menace chinoise, il faut des idées. Il s'agit de créer un monde et de le livrer au plus grand nombre. On commence par la collection sans coutures *Just Feel*, pour femmes, hommes et coton, et l'on finit par les corsets et les soutiens-gorge frappés Aubade. Les sous-vêtements véhiculent un style de vie; le bien-être d'un côté, la sensualité de l'autre. Mais sans confusion. Les deux marques conservent leur identité et leurs circuits commerciaux. Via un système de franchises et de licences, contrôlé par la holding.

Une nouvelle façon d'entendre l'intimité voit le jour. Et l'usine se métamorphose en «entreprise marketing». Elle ne fabrique plus, elle ne vend plus: elle imagine. Ensuite elle enrichit ses actionnaires, avec une pensée pour ses collaborateurs sans oublier le développement durable et responsable. *md*

Sources sur *www.domainepublic.ch*

Aubade à l'abri du froid

La volonté de plusieurs actionnaires familiaux (une dizaine au total) de céder leurs parts a précipité Aubade dans les bras de Calida. La directrice générale, Anne-Charlotte Pasquier, qui en 1985 avait repris le flambeau à la suite de ses parents et de son grand-père, conserve des responsabilités opérationnelles au sein du nouvel ensemble tout comme Sabine Pasquier, qui reste à la tête de la filiale allemande, mais sa cousine, Anne, avec laquelle elle dirigeait la société, s'en va. Le capital actions combiné des deux sociétés s'élèvera à 210 millions de francs. L'opération n'a pas engendré de suppression d'emplois chez Aubade, la société ayant déjà largement délocalisé sa production en Tunisie.

A l'origine du pyjama

Heinrich Hauser, de Richterswil, fonde en 1858 à Münigen (Sursee) une foulerie de drap et une retorderie de soie qui, après sa mort, passent à la société Hauser. L'entreprise échoit en 1911 à Rüegger & Cie et dès 1924 à Viktor Klaus-Wildi. A partir de 1941, elle devient la fabrique de tricot de Sursee dont l'actionnaire majoritaire est Max Kellenberger, avant de s'appeler Calida SA à la fin de la Deuxième Guerre mondiale, en reprenant son nom de marque, déposé déjà en 1929. Après la mort de Klaus-Wildi en 1947, elle revient aux familles Kellenberger et Palmers. La première détient 51% et la seconde 16% du capital de Calida Holding à Sursee, fondée plus tard, et seule propriétaire de Calida.