

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (2019)
Heft: 2265

Buchbesprechung: 20 sagas de l'économie suisse

Autor: Jeanneret, Pierre

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: 26.01.2026

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

Un ouvrage à la gloire d'entreprises suisses qui ont réussi

«20 sagas de l'économie suisse», par la rédaction de Bilan, Genève, Slatkine, 2019, 174 pages

Pierre Jeanneret - 19 novembre 2019 - URL: <https://www.domainepublic.ch/articles/35736>

Depuis 2013, le magazine *Bilan* publie ces «*sagas*». A l'occasion de ses 30 ans, il en a sélectionné une vingtaine, rédigées par huit journalistes.

Certes, on n'attendra pas un regard très critique dans ces courtes monographies d'entreprises. On observera aussi qu'il s'agit ici d'une histoire essentiellement patronale. Les employés et ouvriers en sont singulièrement absents... Enfin, il faut souligner que cette série ne s'adresse pas aux spécialistes de l'économie, mais bien à un large public. En cela, elle se révèle, malgré les réserves exprimées ci-dessus, utile et intéressante.

A tout seigneur tout honneur, la série commence par Nestlé, dont l'histoire est sans doute aussi la plus connue. On assiste à son évolution, de la farine lactée au chocolat, puis au Nescafé lancé en 1938. La *holding* réunit aujourd'hui quelque 200 marques et occupe 308'000 employés. L'ouvrage ne passe pas totalement sous silence les critiques des ONG à propos du lait en poudre vendu dans le tiers-monde ou la campagne de Greenpeace contre l'usage de l'huile de palme.

La fabrication du chocolat fait partie de l'ADN de la Suisse. On suit donc le développement de Favarger, dont le produit

phare est la fameuse Aveline. L'entreprise a connu des tribulations, avant son rachat par l'entrepreneur croate Luka Rajic en 2003.

Autre produit emblématique suisse, le Rivella, «*une marque aux vertus tellement helvétiques qu'elle figure au panthéon de la suissitude organoleptique avec le Cenovis, le Ragusa, le Parfait, le Toblerone et l'Aromat Knorr*». On apprendra des choses amusantes sur le choix du nom, et d'autres sur l'investissement dans le sport et le *sponsoring* de celui-ci.

L'entreprise Zweifel, elle, a su habilement créer un réflexe conditionné en associant ses chips à l'apéritif. On lui décernera un bon point sur le plan du «*produire et consommer local*»: les pommes de terre sont produites par 400 agriculteurs suisses, et depuis 2018 l'huile de colza helvétique a remplacé l'huile d'arachides, tandis que le sel vient de la Saline de Bex.

Des produits alimentaires, on passe ensuite à l'horlogerie, à travers quatre marques prestigieuses. Le nom Rolex est déposé depuis 1908. L'entreprise s'est illustrée par ses inventions successives, comme le premier système de remontage automatique en 1931. Pour sa publicité, elle a su tabler sur des célébrités,

telles Sean Connery (James Bond) ou Roger Federer.

Savait-on que Patek Philippe est née de l'ambition de deux immigrés polonais fuyant la répression russe après l'insurrection de 1831? En 1932, les frères Stern rachètent l'entreprise. Relevons son habile slogan: «*Jamais vous ne posséderez complètement une Patek Philippe. Vous en serez juste le gardien pour les générations futures.*» C'est dans le même esprit qu'est né en 2001 le Patek Philippe Museum à Genève, le musée horloger privé le plus riche du monde.

Vacheron Constantin peut s'enorgueillir du titre de plus ancienne manufacture horlogère du monde, perpétuant ses valeurs depuis 1755. Elle réalise notamment des pièces uniques sur mesure, que les lectrices et lecteurs de DP ne pourront sans doute jamais s'offrir... Plus sérieusement, elle a participé à la renaissance industrielle de la Vallée de Joux avec son usine au Brassus.

Quant à Raymond Weil, la marque a su utiliser les goûts de mélomane d'Olivier Bernheim, avec ses collections Amadeus, Fidelio, Othello, Parsifal et autres. L'entreprise est restée familiale, et elle n'est pas la seule.

Le recueil évoque aussi plusieurs banques. Elle montre comment la Banque centrale du Valais a su passer de la faillite en 1870 à la prospérité. Celle-ci a été fortement liée à l'essor ferroviaire et industriel du canton: percement du Simplon et du Lötschberg, Lonza à Viège, Ciba à Monthey, l'aluminium à Chippis.

Raiffeisen est considérée comme «*la banque préférée des Suisses*». Pourtant, le concept est né en Allemagne, avant de passer dans notre pays en 1899, sous l'égide du curé Traber. «*Les adeptes du mouvement Raiffeisen se démarquaient autant des modèles économiques libéraux que socialistes. Ils ne s'attaquaient pas à la propriété privée et ne revendiquaient pas de nouveau partage des biens, mais s'élevaient contre un esprit de lucre uniquement axé sur le profit financier.*» Bilan n'omet pas de mentionner les problèmes qu'a connus plus récemment la banque ([DP 2199](#)). En 2019, Raiffeisen est le troisième acteur du marché bancaire suisse.

Lombard Odier, autre entreprise familiale, est la plus ancienne banque privée genevoise. Elle peut se targuer d'avoir décroché en 2019 le label B-Corp pour ses efforts concernant le handicap, le soutien au développement de carrière des femmes et la transition vers les énergies renouvelables.

La banque Mirabaud, elle, est le fruit de sept générations. Elle est la partenaire principale du fameux Bol d'Or sur le Léman.

Bilan ne s'est pas cantonné aux entreprises privées. Le magazine a voulu mettre aussi en valeur des institutions publiques. Le Cern, créé en 1954, est la plus ancienne institution européenne toujours en fonction. Il s'est fait connaître par ses grandes percées scientifiques, dont la découverte de la particule nommée boson de Higgs. «*Il constitue la preuve vivante de ce qu'une Europe unie peut faire de meilleur.*»

L'EPFZ à Zurich a non seulement formé les ingénieurs qui ont bâti la Suisse moderne, elle peut se vanter d'avoir produit 21 Prix Nobel! Si l'EPFL à Lausanne occupe une place moins prestigieuse dans le ranking des universités dans le monde entier (un classement d'ailleurs discutable), elle a su créer des filières d'excellence en microtechnique et dans le domaine biomédical. Et Bilan de rendre un juste hommage à ses présidents successifs, dont Maurice Cosandey qui a fait passer l'Epul régionale au rang d'Ecole polytechnique fédérale.

On passera plus rapidement sur le succès du Rosey à Rolle, école privée de réputation internationale et aux prix d'écolage et de pension (non

révélés) qui la réservent aux rejetons de familles - parfois royales - extrêmement fortunées.

L'ouvrage s'arrête aussi sur trois «icônes suisses». La Rega, fondée en 1952, est restée pionnière du sauvetage aérien, d'abord avec ses Piper Super Club, pilotés notamment par le légendaire Hermann Geiger, puis avec ses hélicoptères. On découvre dans ce chapitre une série d'innovations techniques ayant permis les progrès du sauvetage en montagne. Le Cervin, quant à lui, n'est bien sûr pas une entreprise en soi, mais il a marqué les débuts du tourisme en montagne et a déterminé le succès de la station de Zermatt. Caran d'Ache a su assurer sa prospérité par des inventions successives, telles le Fixpencil en 1929 et le Prismalo en 1931: la plupart de nos lectrices et lecteurs se souviennent sans doute des œuvres à l'aquarelle de leur enfance, facilitées par ce crayon révolutionnaire.

Enfin place est faite aux CFF, «ciment de la nation» même s'il tend à s'effriter, vu l'accumulation de mécontentements que suscitent aujourd'hui sa ponctualité défaillante et ses tarifs élevés...

En bref, ce petit livre donne un assez bon aperçu d'une série d'entreprises et d'organisations dont le nom nous était certes connu, mais dont on ignorait souvent l'histoire.