

Zeitschrift: Suisse magazine = Swiss magazine
Herausgeber: Suisse magazine
Band: - (2015)
Heft: 313-314

Artikel: Caran d'Ache a bonne mine : l'entreprise genevoise fête ses 100 ans
Autor: Auger, Denis
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-849288>

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: 03.05.2026

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

SAGA

Caran d'Ache a bonne mine

L'entreprise genevoise fête ses 100 ans

par Denis Auger



Caran d'Ache/Benoît Linero

« Prismalo », « Neocolor ». À l'évocation de ces noms, il y a de fortes chances pour que la plupart d'entre nous retombe immédiatement dans des souvenirs d'enfance. L'âge des coloriages et des dessins aux crayons de couleur. Un domaine qui a fait et continue de faire le succès de Caran d'Ache, une entreprise qui fête cette année son centenaire. Petit retour en arrière sur une *success story* toute en couleurs...

Le crayon graphite est né autour de 1800, grâce à l'ingéniosité du chimiste français Conté qui a l'idée de mélanger du graphite à de l'argile humide, d'en faire des bâtonnets qui, une fois séchés et cuits à haute température, forment les crayons improprement désignés sous le nom de mines de plomb ou crayons noirs. C'est toujours un instrument apprécié des dessinateurs, des architectes et des... écoliers.

En 1915 est fondée la Fabrique genevoise de crayons, qui produit ses premiers crayons en graphite. En 1924, Arnold Schweitzer rachète l'entreprise et la baptise Caran d'Ache, un drôle de nom qui vient de France... et de Russie. Petit-

fils d'un officier de la Grande-Armée, Emmanuel Poiré, né à Moscou, devient un artiste renommé (voir SM n° 267) qui animera le célèbre théâtre *Chat noir* de Paris sous le pseudonyme de Caran d'Ache. Ce nom vient tout droit du mot russe *karan-dasch* qui signifie « crayon ». C'est ce même nom, qui va désormais rayonner dans le monde entier, qu'adoptera Arnold Schweitzer pour son entreprise, aujourd'hui la seule manufacture au monde à fabriquer sur un seul site une palette complète d'outils pour les beaux-arts et l'écriture.

Pour les petits et pour les grands

Très rapidement l'entreprise va innover en proposant des produits inédits. En 1929, sort en exclusivité mondiale le « Fixpencil », un crayon métallique à pince permettant d'utiliser des mines de différents diamètres. Ce produit, devenu un symbole de l'efficacité helvétique, a fait l'objet d'un timbre et est toujours fabriqué de nos jours. En 1931, c'est une autre première mondiale avec la création du « Prismalo », le premier crayon de couleur aquarellable. D'autres sorties marqueront les esprits : celle des pastels à la cire Neocolor en 1952 ou celle de l'Ecridor, le premier stylo à bille de la marque, en 1953. En effet, à partir des années cinquante, Caran d'Ache décide de s'investir dans le secteur de l'écriture. Et bien entendu, avec le même degré d'exigence de qualité que pour les beaux-arts. La première plume de la marque sortira, elle, en 1970. Caran d'Ache tentera aussi des percées dans le domaine du briquet de luxe (dans les années 70) et de l'horlogerie (en 1982), avec des résultats beaucoup moins probants.

S'appuyant sur la tradition (les anciens modèles phares de la marque sont toujours proposés à la vente), Caran d'Ache n'en oublie pas pour autant l'innovation.

En cette année d'anniversaire, la marque propose par exemple des éditions spéciales de ses plus grands succès. Et elle se met au goût du jour. Les amateurs de belle écriture et de technologie seront ainsi attirés par une nouvelle déclinaison du stylo à bille emblématique de Caran d'Ache, le 849, créé dans les années 60. Le 849 Genius, c'est son nom, dispose d'un embout qui permet à son utilisateur de s'en servir comme stylet sur les écrans tactiles : ordinateurs, tablettes, téléphones. En retournant le stylo, on dispose bien entendu d'une pointe en acier contenant une bille tournante en carbure de tungstène. Sa recharge géante d'encre permet d'écrire jusqu'à 600 pages A4. Bref, le meilleur des deux mondes...

Un secret bien gardé

S'il est un secret bien gardé chez Caran d'Ache, c'est celui qui concerne les chiffres d'affaires. L'entreprise refuse de les communiquer. La dernière estimation remonte à 2005 et fait état d'un chiffre d'affaires de quelque 100 millions de francs. La moitié des ventes s'effectue en Suisse (l'essentiel en Suisse alémanique). La France, l'Allemagne et l'Italie représentent les principaux marchés à l'exportation, mais Caran d'Ache entend se développer dans d'autres parties du monde comme la Chine, la Russie, le Moyen-Orient ou l'Amérique latine. Près de 55 % de la production sont orientés dans le secteur des beaux-arts, 40 % vers celui de l'écriture et le restant vers les accessoires. La marque dispose d'un réseau de 120 boutiques présentes dans 90 pays du monde. Sous la direction de Carole Hubscher, représentant la quatrième génération de dirigeants, Caran d'Ache entend se faire connaître en sponsorisant la jeune championne de tennis Belinda Bencic et par le biais d'une boutique en ligne. Et bien entendu, la marque investit dans le déve-



Caran d'Ache/Benoît Linero

lancement durable : son usine de Thonex (ouverte en 1974 et qui a remplacé l'atelier d'origine situé aux Eaux-Vives) dispose de panneaux solaires et le bois des crayons est désormais certifié FSC (Forest Stewardship Council), label qui assure que le produit respecte les procédures d'une gestion durable des forêts).

On le devine aisément, la flambée du franc met en péril le développement de l'entreprise. Dans les dix jours qui ont suivi l'annonce par la Banque nationale suisse de l'arrêt du soutien à la monnaie nationale puis l'appréciation de l'ordre de 20 % du franc, les commandes ont chuté de près de la moitié. Caran d'Ache a immédiatement réagi en rassurant ses clients, en prenant en charge une partie de la différence des coûts. L'entreprise promet de tout faire pour conserver tout son personnel en Suisse (près de 300 personnes travaillent sur le site de Genève) malgré la conjoncture défavorable.

Garantie à vie

Même si les temps sont durs, Caran d'Ache peut s'appuyer sur de nombreux atouts. À commencer par la qualité réelle de ses pro-

duits. C'est ainsi que l'entreprise n'hésite pas à garantir à vie ses modèles. Elle possède même une « clinique » qui permet de réparer les anciens modèles de la marque, au nom de cette garantie. Ses principaux concurrents comme Montblanc dans le domaine de l'écriture ou Faber-Castell dans celui des beaux-arts ne peuvent pas en dire autant...

La qualité reste le mot d'ordre de la marque genevoise. Tout est réalisé sur place dans son usine de Thonex et tout y est contrôlé : les matières premières et leur source, les mines de couleur et les encres qui sont systématiquement testées pour leur résistance à la lumière, les bords de plume, les pointes de bille ou de roller, l'emballage... Quant aux matériaux, ils sont toujours choisis en fonction de leur robustesse ou de leur noblesse. L'entreprise fait par exemple appel au bois de cèdre de Californie pour ses crayons réputés incassables. La qualité des pigments est également primordiale, pour obtenir des couleurs denses et une parfaite résistance à la lumière. Et dans le domaine du luxe, Caran d'Ache n'a pas hésité à tutoyer les sommets pour certains de ses modèles de stylos. Ainsi la « Modernista Diamonds », un stylo fabriqué en hommage à l'architecte catalan

Antoni Gaudi, fut-elle vendue 265 000 dollars à sa sortie, ce qui lui valut de figurer dans le *Livre Guinness des records*. Il faut dire qu'avec sa plume faite d'or et de rhodium (un métal rare aussi cher que l'or) et son corps décoré de quelque 5 000 diamants et 95 rubis, ce stylo d'exception avait de quoi marquer les esprits...

Des artistes promoteurs de la marque

Et puis la renommée de la célèbre marque genevoise peut s'appuyer sur des ambassadeurs prestigieux. De nombreux artistes ont utilisé ou utilisent des produits Caran d'Ache, tels Miro, Karl Lagerfeld, Hans Erni et même Pablo Picasso. Du 31 mai au 31 août dernier, le Kunsthau d'Interlaken a notamment présenté une exposition, « Les Caran d'Ache de Picasso », une soixantaine d'œuvres créées par le peintre avec les crayons et pastels de la célèbre marque. Et soyons-en sûrs, parmi les enfants qui effectuent aujourd'hui leurs premiers coloriages avec des Caran d'Ache, figurent quelques futurs artistes qui se souviendront longtemps de l'odeur si caractéristique de leurs crayons suisses... ■