

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 42 (2005)
Heft: 1665

Artikel: Marques suisses, Henniez : l'eau du siècle
Autor: Danesi, Marco
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1013721>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.01.2025

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

L'eau du siècle

La source de la Broye coule depuis cent ans dans les bouteilles rouges, vertes et bleues d'Henniez. Histoire d'une entreprise familiale vraiment suisse.

Les drapeaux de tous les cantons flottent au vent de la Broye. Patrimoine national, l'usine blanc-bleu-rouge d'Henniez occupe la plaine depuis cent ans. Carrée, rassurante, à quelques pas de la route de Berne. Indifférente à l'ébullition joyeuse de la source, au cœur d'un bois planté pour en protéger les qualités naturelles. C'est un Romain, Hennius, qui découvre le jaillissement sur son domaine cinquante ans après Jésus-Christ. La fraîcheur éternelle de l'eau, neuf degrés par tous les temps, séduit immédiatement les empereurs et leurs cours. Vespasien aurait pris un bain d'Henniez à Avenches où les aqueducs déversaient les flots de la «bonne fontaine». Mais avec la chute de l'empire, les thermes s'assèchent.

Santé et bavardage

Les bains renaissent au XVII^e siècle. Un médecin indigène, Pierre-François Chauvet, bâtit un hôtel qui attire les seigneurs locaux et les citadins fatigués.

Plus tard, à l'époque de la machine à vapeur et de l'urbanisation des masses ouvrières, la science prouve les bienfaits de l'eau d'Henniez. En sept ans elle coule des Préalpes vaudoises et fribourgeoises jusqu'au plateau broyard «parfaitement pure et enrichie de sels minéraux et d'oligo-éléments», soupire la publicité. Un autre docteur, Virgile Borel, directeur de l'établissement depuis 1880, en profite ainsi pour promouvoir la beauté et les vertus thérapeutiques du site. Un verre ou deux calment ou préviennent arthrites, anémies, surmenages et autres troubles intestinaux. La bonne société se retrouve sous les marronniers. Nobles et bourgeois bavardent tranquillement, à l'écart des tentations mondaines et des «névrosés de la nuit», selon une expression du docteur Borel.

Deux sources ennemies

On embouteille l'eau à partir de 1905. Mais c'est encore un médicament vendu en pharmacie. Les Suisses en boivent en tout et pour tout, curistes compris pour se désintoxiquer, deux litres par an (aujourd'hui près de 130). L'étoile d'Henniez, symbole des thermes d'au-

trefois, marque déjà l'enracinement de la société. L'énergie de l'ancien puit rayonne depuis les chaînes de production jusqu'aux consommateurs.

Henri Pahud dirige l'entreprise à partir de 1916 pendant cinquante ans. Henniez, désormais Lithinée, occupe rapidement le marché suisse. Le succès fait des jaloux et déclenche la bagarre. Charles Michaud, vétérinaire et homme d'affaires averti, achète une source voisine au début des années trente. Il lance Henniez Santé et casse les prix. L'opération divise le village en deux - un «Lithinée» ne pouvait épouser une «Santé» - et indispose Henri Pahud jusqu'à sa mort. La bataille des sources s'achève en 1978, après avoir agité les tribunaux du canton. Lithinée s'empare de l'adversaire et crée les Sources Minérales d'Henniez SA sous la direction de la famille Rouge, aux commandes depuis 1968 avec Edgar, neveu d'Henri Pahud.

L'industrie de papa

À la fin de la Deuxième Guerre mondiale, les bains ferment. Tandis que le remède médicinal d'antan envahit les tables du pays. On en boit midi et soir et on se soigne chez soi. Henniez devient un générique, synonyme d'eau minérale au bar et dans les épiceries. Il faut produire davantage et plus vite. Travailler jour et nuit, et même le samedi et le dimanche quand c'est nécessaire, via des horaires flexibles annualisés qui ne scandalisent personne. Comme en 2003 lors de la canicule exceptionnelle qui asphyxie la Suisse pendant l'été.

Peu syndiqués (15% à peine), plutôt fidèles - ils restent 18 ans en moyenne - enfants de la Broye, les ouvriers épousent la marque sans compter. La gestion paternaliste, proche des salariés, vire à la famille. Tout le monde se connaît: patrons et employés (près de trois cent) finissent par se tutoyer. Henniez vit d'une éthique intransigeante, transmise de père en fils. Elle encadre le personnel, tout acquis à la cause de la direction. L'éloge funèbre d'Edgar Rouge fut prononcé par un délégué syndical. Il est vrai que les salaires sont corrects, les compensations tombent régulièrement et la société fournit des logements abordables ainsi qu'une couverture sociale généreuse introduite bien avant l'AVS,

les assurances obligatoires et le deuxième pilier. La première caisse de retraite de l'entreprise date de 1916.

Le gaz au pluriel

La croissance appelle la diversification. Edgar Rouge invente l'eau plate en 1950. Puis une Henniez faiblement gazéifiée en 1974. Le tricolore, rouge, bleu et vert, plaît au pays. Moins à l'étranger. Les tentatives d'exportation n'ont jamais réussi, alors que le chiffre d'affaires cartonne en Suisse. Il varie entre 160 et 180 millions de francs. Dopé également par les jus de fruits Granini depuis 1977. Une politique ciblée de fusions et d'alliances élargit l'offre des boissons en catalogue. Les uns après les autres, Cristalp, Hohes C, Virgin Cola et Virgin Ice Tea tombent dans le giron des Rouge.

Dans les années huitante, le PET sonne l'heure du recyclage. L'écologie reprend l'esprit salustien des débuts, renouvelant l'image d'une marque à la fois centenaire et contemporaine. Swissair saute sur l'occasion: elle remplace le verre trop lourd et peut transporter un passager de plus dans ses avions.

Edgar passe le témoin à sa progéniture en 2000. Pascal et Nicolas, malgré la malédiction qui plane sur la troisième génération statistiquement vouée à la faillite, assurent le renouveau dans la continuité, en commençant par des bouteilles aux formes rajeunies et des mélanges légèrement aromatisés. Avec 62 pour cent des actions, la famille tient à son indépendance et à sa rapidité d'action. Car la concurrence est assoiffée: Coca-Cola, Nestlé et Danone menacent quotidiennement Henniez. Frustrée à l'étranger, la marque reste le leader en Suisse - 17% des parts du marché des eaux minérales - mais toujours en sursis. *md*

Article réalisé à partir des documents fournis par Henniez SA et des articles parus dans *Le Temps* (11 février 2002 et 29 septembre 2005), *La Liberté* (27 avril 2005) et *L'Événement syndical* (7 septembre 2005).