

Avenches, le canton et la Suisse à l'heure du café. What else?

BROYE | Le roi du café de standing s'est montré en pleine forme, hier, lors de l'inauguration de son usine d'Avenches d'où sortent près de 5 milliards de capsules de café par an.



© JEAN-PAUL GUINNARD | L'excellente santé de Nespresso s'est incarnée le temps d'un spectacle coloré et surréaliste. Une création flamboyante, taillée sur mesure par le scénographe Luc Petit, qui travaille notamment avec le Cirque du Soleil et Jean-Michel Jarre.

Christian Aebi

Une conseillère fédérale à la tribune, Guignard d'Orbe comme traiteur, un show époustouflant, plus de soixante journalistes de toute l'Europe: Nespresso n'a pas lésiné, hier matin, pour l'inauguration officielle de son nouveau centre de production, à Avenches. Le géant du café en capsules se porte bien, malgré la crise. Et ça se voit. Devant une assistance tirée à quatre épingles dans des costumes sombres, Doris Leuthard a commencé par regretter l'absence de George Clooney. Puis la ministre de l'Economie a loué Nespresso, «véritable expression du courage»: «Votre entreprise véhicule les valeurs suisses: le savoir-faire, la créativité, la fiabilité.»

Consommation frénétique

Le conseiller d'Etat Jean-Claude Mermoud avait aussi fait le déplacement. «Quelle progression depuis le début de l'aventure à Chavornay et à Orbe, se félicite le patron de l'économie vaudoise. Qui aurait parié qu'un jour le café allait se déguster comme un produit de luxe, en talons aiguilles, dans une boutique lausannoise?» Et en telle quantité! Dans le monde il se boit plus de 8025 tasses de Nespresso à la minute! Avenches produira 4,8 milliards de capsules par an (24 heures d'hier). La capacité passera à 8 milliards en 2012. Le syndic d'Avenches, Jean-François Mathier, est aux anges. L'usine est exonérée d'impôts pendant dix ans. Mais l'osmose avec la ville est bien réelle: l'usine fournit déjà de l'eau de chauffage pour 500 foyers. Longtemps, le syndic a été le seul à suivre les tractations secrètes de ce projet. «Mes collègues municipaux m'en ont un peu voulu au début mais, dans ce genre de dossier, plus c'est confidentiel, plus il y a de chances d'aboutir.» A l'heure du buffet, le parking étincelle de belles berlines. A l'intérieur, on reconnaît peu de VIP régionaux autour des petits-fours. Nespresso avait convié ses cadres, ses fournisseurs, ses clients. Les hôtesse jonglent en trois langues en tendant les coupes de champagne.

La Broye aura rarement été si cosmopolite un mercredi matin.

Nespresso ou l'histoire d'une capsule qui a si bien su se vendre

C'est la success story actuelle. Elle a 23 ans. Elle a une star internationale comme porte-drapeau. Elle trône dans une cuisine suisse sur quatre. Elle a vendu ses produits pour plus de 2 milliards de francs l'an dernier. Elle affiche la croissance la plus rapide au sein du groupe Nestlé. Elle, c'est bien sûr Nespresso. Une «Vaudoise dans les gênes», partie à la conquête du marché des espressi en 1986.

Nespresso, c'est au départ, bien sûr, un ingénieux système de capsule né à la fin des années 1970. Nespresso, c'est ensuite un ingénieux travail de marketing. De positionnement de la marque. On ne parle plus de café, mais de grands crus. On soigne les machines tant sur le plan technologique qu'au niveau du design. On crée un lien particulier avec le client. Le club est ainsi créé en 1989. Les bases du modèle d'affaires se consolident petit à petit. En 1995, Nespresso devient rentable. L'année suivante, lorsqu'elle fête ses 10 ans, la société compte 180 000 membres. Puis l'histoire s'emballe. Depuis 2000, Nespresso enregistre une progression annuelle de 30%. Elle inaugure alors son siège de Paudex, base désormais trop petite pour la société, qui en construit actuellement une nouvelle à l'avenue de Rhodanie, à Lausanne. Au début des années 2000 toujours, Nespresso renforce sa production à Orbe qui, l'an dernier, a mis sur le marché près de 4 milliards de capsules. Toutes les ventes, en fait, de Nespresso. Les doutes initiaux sont bien loin: Nestlé peut compter en son sein une nouvelle société milliardaire. Deux fois milliardaire même, désormais. Une société qui s'inscrit en outre parfaitement dans un des quatre pôles de croissance du géant veveysan, les produits haut de gamme, qui doit afficher globalement une croissance annuelle de 12% d'ici à 2015.

La suite s'appelle toujours croissance. Même avec une concurrence toujours plus présente. Pourra-t-elle continuer à afficher des taux à deux chiffres longtemps? Oui pour cette année, a-t-on encore entendu, hier, à Avenches. Et après? Avec un chiffre d'affaires à 90% européen, marge de manœuvre il y a encore, souligne la direction, qui se montre prudente et pragmatique.

Et d'envisager déjà que, d'ici à quatre ou cinq ans, une nouvelle usine pourrait être nécessaire. Où? Tout dépendra de la localisation des plus gros consommateurs.