


 Le Temps
 1211 Genève 2
 022/ 799 58 58
 www.letemps.ch

 Genre de média: Médias imprimés
 Type de média: Presse journ./hebd.
 Tirage: 45'506
 Parution: 6x/semaine

 N° de thème: 742.2
 N° d'abonnement: 1082357
 Page: 2
 Surface: 19'441 mm²

En 1998, après une longue bataille, la brasserie restait à Fribourg

Fin de la «Mob G» pour Cardinal

«Gérard Stalder, patron opérationnel de Feldschlösschen, n'en revient pas: «J'aurais aimé que vous soyez là, a-t-il confié hier aux journalistes. Cela valait la peine d'être vécu.» Quoi donc? Jusqu'ici honni par les collaborateurs de Cardinal, ceux-ci venaient de l'acclamer. Ils ne se sont en effet pas trompés: seize mois après l'annonce de la fermeture définitive de la brasserie fribourgeoise, le groupe argovien vient de revenir définitivement en arrière. [...]

Le groupe, même s'il avait décidé de repromouvoir Cardinal au rang de marque nationale et lançait sous son nom la *Monsoon*, une bière à la mangue, émettait des signaux inquiétants: ne faisait-il pas les yeux doux aux employés de la brasserie, pour que certains d'entre eux acceptent de lancer à leur compte une microbrasserie et une société de livraison de boissons à domicile?

La décision dévoilée hier lève définitivement cette hypothèque. Non seulement Feldschlösschen va maintenir la production en bouteilles à Fribourg, mais il va remplacer les trois anciennes chaînes d'embouteillage en bout de course par une installation très flexible pouvant traiter l'ensemble des formats. Un investissement de



8 millions de francs. Au total, sur les 122 emplois qui auraient passé à la trappe si toute la production – fûts et bouteilles – avait été délocalisée à Rheinfelden, seuls une trentaine de postes seront finalement supprimés à Fribourg, en tentant d'éviter au maximum les licenciements.

Quelles sont les raisons qui ont poussé le groupe argovien, à l'unanimité de son conseil d'administration, à une telle remise en question? Gérard Stalder en a donné plusieurs: la réaction des consommateurs, en particulier en Suisse romande, a poussé le groupe à repromouvoir Cardinal comme marque nationale, avec des efforts renforcés de marketing. [...] De quoi rentabiliser les installations de production. [...]

L'engagement constructif des autorités fribourgeoises dans les

discussions avec Feldschlösschen, la décripation qui s'est peu à peu opérée ont joué un rôle important dans ce revirement. Le groupe bénéficiera ainsi d'un rabais de l'ordre de 40 000 francs par an sur l'eau consommée et d'une exonération fiscale qui ne pourra cependant exercer ses effets que lorsque les pertes accumulées sous l'ère de Sam Hayek [*le frère de Nicolas, ancien directeur du groupe Sibra*] – 54 millions de francs – auront totalement été amorties. Bref, pas de quoi ruiner les pouvoirs publics. A cela s'ajoute une modification du plan d'aménagement de la ville qui fera passer les terrains inutilisés de Cardinal en zone d'habitat et d'artisanat, permettant ainsi au groupe de les vendre au mieux. [...]

Aspect fondamental de l'accord signé: il court jusqu'à la fin 2004. Les Fribourgeois étaient pressés de le conclure et les dirigeants actuels du groupe n'ont pas freiné. [...]

Les vieilles familles de brasseurs de Rheinfelden n'ont pas encore dit leur dernier mot. [...] [Mais] l'accord signé sur sept ans est suffisant pour protéger Cardinal de toute nouvelle velléité de démantèlement. » **Claude Ayer**, *Le Nouveau Quotidien*, 26 février 1998

ARCHIVES HISTORIQUES
 SUR INTERNET
www.letempsarchives.ch