

encore Philips en 1975 qui propose une machine dotée d'un système anti-tartre<sup>50</sup>.

### UN CAFÉ «COMME AU CAFÉ»

En 1976, pas moins de 2,5 millions de cafetières électriques sont vendues en France. Celles-ci privilégient toutes le «goutte à goutte», y compris la cafetière-réveil de Seb, commercialisée en 1978. La cafetière expresso, en revanche, attire peu les regards. Les ventes restent à la marge. Malgré cela, quelques fabricants, comme Krups et Rowenta, gardent un œil sur ce marché de niche. Ces marques comprennent assez tôt que certains amateurs de café ont envie d'avoir, à la maison, leur café «comme au café». Si bien qu'en 1982, l'Expresso-matic de Rowenta et l'Expresso de Krups débarquent chez les revendeurs d'appareils électroménagers. Deux ovnis. Le grand public se méfie encore. Peut-on vraiment reproduire le petit noir du comptoir dans sa cuisine? Certains en sont convaincus. C'est le cas en Suisse, où l'expresso est un sujet de réflexion au sein du groupe Nestlé. D'ailleurs, dès le milieu des années 1980, la petite dizaine de salariés d'une jeune filiale baptisée Nespresso et basée à Vevey recherche des designers pour améliorer le look d'une étrange machine à café dont ils ne se servent que pour faire des tests. Des bouts d'essais. Et pour cause : elle fonctionne avec des capsules. On n'a jamais vu ça.

Pour relever le défi, Nespresso sollicite les Ateliers du Nord (ADN). Cette agence, née en 1983, place du Nord à Lausanne, réunit les designers industriels Antoine Cahen et Claude Frossard, ainsi que le graphiste Werner Jeker. Un trio qui se distingue par son goût du risque. En effet, ils aiment les paris. Les missions quasi impossibles. Comme celle de

50

Source : *60 ans d'arts ménagers* (Tome 2 : 1948-1983, la consommation), de Jacques Rouaud. Éditions Syros. 1993.