

**CRISTEL**<sup>®</sup>  
FRANCE

1983 - 2013



Une histoire qui prend racine en 1826 au temps des Japy et qui après 2 ans de fermeture connaît une nouvelle naissance en 1983...Pierre Accard raconte.

*A story which has its roots in 1826 during the time of the Japy family and which, after a two-year closure, saw a re-birth in 1983. . . Pierre Accard tells.*

# Cristel, passion et fidélité

## Cristel, passion and fidelity

En 1983, une entreprise défait les augures et renaissait de ses cendres. Trente ans plus tard, son succès éclaire un passé glorieux et projette son éclat vers l'avenir. Retour sur une histoire qui s'écrit chaque jour.

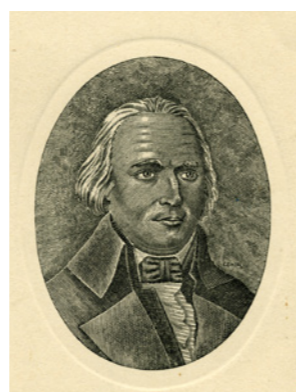
*In 1983, a company defied the signs and was reborn from its ashes. Thirty years later, its success lights up a glorious past and promises a bright future. A look back on a history which is being written every day.*



### Un XIXe siècle conquérant

Nous sommes dans l'Est de la France (la Suisse voisine est à quelques kilomètres). Le lieu, c'est une petite vallée où coule une rivière, la Feschotte, qui a donné son nom au village de Fesches-le-Châtel, dans le Doubs.

Lorsque cette histoire commence, en 1806, la France est un empire. Napoléon vient d'ordonner la construction de l'Arc de Triomphe pour couronner les Champs Élysées. Cette même année, sur les bords de la Feschotte, un entrepreneur visionnaire achète un moulin et un vaste terrain. Il s'appelle Frédéric Japy, il a 56 ans. Lui aussi est en train de fonder un empire. En quelques décennies, il a révolutionné la production horlogère, il l'a modernisée, mécanisée. Il a inventé des machines, déposé des brevets. Il a aussi multiplié les ateliers dans toute la région. En bon industriel, il veut maintenant rationaliser.



L'usine de Fesches-le-Châtel deviendra son navire amiral. Lorsqu'il s'éteint en 1812, l'entreprise appartient à ses trois fils qui, à leur tour, déploient les activités et construisent d'autres usines. Japy Frères fabriquera des pompes, de la visserie, des casseroles. C'est l'essor. Sur les rives de la Feschotte, la production des ustensiles ménagers prend de l'importance à mesure qu'évoluent les technologies (l'emboutissage, notamment, à partir de 1849).

Japy devient la deuxième entreprise industrielle française sous le Second Empire.

Les années 1880 marquent l'âge d'or de cette nébuleuse d'entreprises qui remporte de nouveaux succès dans les machines à écrire, les moulins à café, les meubles de jardin, les lampes... Au tournant du siècle, le nom Japy est aussi illustre que celui d'une autre famille d'industriels de la région, les Peugeot, qui a choisi de se lancer dans la fabrication de ces automobiles pétaradantes qui effraient tant les chevaux.



### A 19th century conqueror

*We are in the east of France (neighbouring Switzerland is just a few kilometres away). The place, a small valley where a river runs, the Feschotte, which gave its name to the village of Fesches-le-Châtel in the Doubs.*

*When this history began in 1806, France was an empire. Napoleon had just ordered the construction of the Arc de Triomphe to crown the Champs Élysées. That same year, on the banks of the Feschotte, a visionary entrepreneur bought a mill and a vast area of land. His name was Frédéric Japy; he was 56 years old. He too, was in the throes of founding an empire. In a few decades, he revolutionised clock making, modernised it, mechanised it. He invented machines, registered patents. He also increased the*

*number of workshops in the region. As any good industrialist, he then wanted to rationalise.*

*The factory in Fesches-le-Châtel became his flagship. When he died in 1812, the company passed to his three sons who, in turn, developed the business and built other factories. Japy Frères (Japy Brothers) made pumps, nuts and bolts and kitchen pans. The business went from strength to strength. On the banks of the Feschotte, the production of household utensils increased in importance as technologies developed (die-stamping in particular, starting in 1849).*

*Japy became the second largest industrial company in France under the Second Empire.*

*The 1880s was the golden age for this nebulous company that found new success in typewriters, coffee mills, garden furniture, lamps, etc. At the turn of the century, the name Japy was as illustrious as that of another family in the region, Peugeot, which had chosen to start production of its backfiring motor cars that scared horses so much.*

### Les soubresauts du destin

Les guerres vont interrompre cette fabuleuse expansion. Une première guerre, puis une seconde, puis un ennemi plus terrible encore : le plastique, à l'orée des années 50. Ce siècle de la modernité sera celui des illusions perdues pour Japy. La famille, désunie, est aux mains des banques. Le monde a changé trop vite.



1970, 1980... les ateliers ferment les uns après les autres. À Fesches-le-Châtel, les presses s'immobilisent en 1981. L'usine restera fermée pendant deux ans. En 1983, ce sont d'anciens salariés qui rouvrent les portes, illégalement, comme on force le destin. Les machines sont toujours là, en sommeil ; des oiseaux nichent dans les poutrelles. Il faut réparer les bâtiments, nettoyer, réviser les machines. Les ouvriers ont des convictions et un leader, Michel Rondot, syndicaliste. Pour eux l'entreprise est viable, ils y croient. Leur projet de coopérative est accepté par les autorités locales. C'est une victoire. On rappelle les anciens clients, le bruit des presses réveille l'espoir dans la petite vallée.

Il faut donner un nouveau nom à cette entreprise qui veut oublier ses blessures. On veut une sonorité claire, lumineuse. On pense à Cristal, puis à Chatel (pour Fesches-le-Châtel, berceau de l'entreprise). Ce sera Cristel. Un nom parfait.

Mais le courage des repreneurs ne suffit pas. L'outil de travail est vétuste, les commandes plafonnent, la trésorerie est exsangue. Très vite, la coopérative épuise ses forces.

### The ups and downs of destiny

*Wars interrupted this spectacular expansion. The First World War, the Second, and then an even more terrible enemy: plastic, in the early fifties. This century of modernity would be that of lost illusions for Japy. The family, torn apart, was in the hands of the banks. The world changed too quickly.*

*1970, 1980... workshops closed one after the other. In Fesches-le-Châtel, the presses stopped in 1981. The factory would remain closed for two years. In 1983, former employees re-opened the doors illegally, tempting fate. The machines were still there, asleep; birds were nesting in the rafters. The buildings needed repairing and cleaning, the machines overhauling. The workers had a leader, Michel Rondot, they had conviction. For them, the business was viable, and they believed. Their cooperative project was accepted by the local authorities. It was a victory. Former customers were contacted; the noise of the presses revived hope in the little valley.*

*A new name had to be found for the company that wanted to forget former wounds. They wanted a clear, bright sounding name. They thought of Cristal and then of Chatel (for Fesches-le-Châtel, birthplace of the business). It would be Cristel. A perfect name. But the courage of the new entrepreneurs was not enough. The plant and equipment was old, orders peaked, they ran out of money. Very quickly, the cooperative lost its impetus.*

### Une rencontre décisive

En 1984, face aux difficultés de la coopérative, les responsables locaux et le conseil d'administration mandatent un conseiller en gestion et en organisation. Le conseiller est une conseillère. Bernadette Dodane est une professionnelle indépendante, rigoureuse et pédagogue. Elle met de l'ordre, elle fait parler les chiffres et ouvre les yeux des dirigeants. La vérité est douloureuse pour l'entreprise. Il faut de l'argent pour moderniser l'outil de production et faire chuter les coûts. Mais aucun investisseur ne veut prendre un tel risque. Ou alors... Ou alors il faudrait cesser de fabriquer des produits banalisés, faire le pari de l'innovation, miser sur le savoir-faire exceptionnel des équipes techniques. C'est ce que suggère le mari de Bernadette Dodane.

Paul Dodane est technicien à Automobiles Peugeot, le grand employeur de la région. Il n'est pas impliqué dans cette histoire complexe mais Cristel est devenu un sujet de conversation familial, forcément. Un soir, il a visité les ateliers



de Cristel, il a vu les équipements, il a discuté avec les gens. Ses paroles ont marqué les esprits. Ce serait quoi, cette piste de l'innovation ? On s'excuse de le solliciter ainsi mais... pourrait-il aller un peu plus loin ?

L'échange se poursuit, une relation de confiance se tisse au fil des mois. Pour les salariés comme pour les pouvoirs publics, le couple Dodane apparaît comme le seul recours solide. On leur fait comprendre. « Vous seuls pouvez le faire ». Dans un premier temps leur refus est catégorique ; Bernadette et Paul Dodane ont chacun un métier auquel ils sont attachés, et la situation financière de l'entreprise est très incertaine. Et puis les mois passent et l'évidence s'impose : l'entreprise a besoin de leurs compétences réunies. Ils sont la seule voix que tout le monde accepte d'entendre.

En 1987, ils cèdent. Ils hypothèquent leur maison et sollicitent des amis pour constituer le capital de la nouvelle SA Cristel que présidera Bernadette Dodane. Rien n'est gagné mais les salariés de Cristel reprennent espoir.



### A decisive meeting

*In 1984, in face of the cooperative's difficulties, the board of directors and the local authority appointed a consultant to manage and organise the business. The consultant was a woman. Bernadette Dodane was a demanding, self-employed professional and an educator. She brought order, made people talk about numbers and opened the eyes of those in charge. The truth was painful for the business. Money was needed to modernise the plant and machinery and to cut costs. But no investor wanted to take such a risk. Or... or it would have to stop making run-of-the-mill products, bank on the value of innovation and put its faith in the exceptional skills of its technical staff. That is what Bernadette Dodane's husband suggested.*

*Paul Dodane was a technician at Automobiles Peugeot, the big employer in the area.*

*He was not involved in this complicated story but Cristel had, of course, become a topic of conversation within the family. One evening, he visited Cristel's workshops, saw their machinery, started talking to people. His words stuck in their minds. What could it be, this area of innovation? Pardon me for asking, but... could he go a bit further?*

*Discussions continued and trust grew over the succeeding months. For the employees and for the authorities, the Dodanes seemed like the only viable possibility. They were told, «You are the only ones who can do it.» Initially, they were adamant in their refusal; Bernadette and Paul Dodane were each happy in their jobs and the company's financial situation was far from certain. But as the months passed, it became quite evident: the company needed their combined abilities. They were the only voice that everybody was prepared to listen to.*

*In 1987, they gave in. They mortgaged their house and asked friends to put up the capital for the new SA Cristel that would be run by Bernadette Dodane. Nothing had been achieved at that point but Cristel's employees regained hope.*

## La Renaissance

La grande innovation de Paul Dodane, ce sera le Cook & Serve. En cette fin des années 80, la casserole n'est encore qu'un banal ustensile de cuisine. Elle n'a pas sa place dans les belles boutiques où l'on vend la porcelaine et le cristal. La casserole, c'est un peu Cendrillon. Avec le Cook & serve, elle va faire son entrée dans le grand monde.

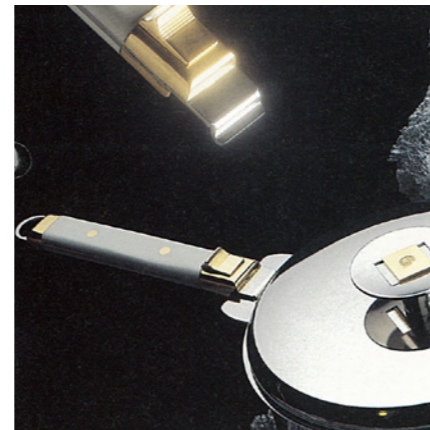
Les poignées amovibles, ça existe déjà mais ce ne sont que de vagues pinces à l'efficacité aléatoire. Celles que dessine Paul Dodane sont profilées, fluides, élégantes. Lorsqu'elles s'éclipsent, elles donnent à la casserole un rôle inédit. On remarque alors la pureté du design, l'éclat du bel inox. Le faitout devient un plat de service, les casseroles Cristel s'invitent à table. C'est une première.

En soi, l'idée est belle (et elle inspirera toute la profession). Mais l'idée seule ne suffit pas à expliquer le succès que connut la marque dès cet instant. Il fallait autre chose... Il faut se souvenir que cette entreprise a des racines. Elle est l'héritière d'une culture industrielle protestante. La qualité, ici, est érigée en exigence morale. C'est cette qualité qui sera appréciées par les professionnels. Les grands chefs seront ainsi les premiers séduits, et leur attachement à Cristel ne se démentira jamais.

### The re-birth

*Paul Dodane's great innovation was Cook & Serve. At the end of the 1980s, the saucepan was not yet anything more than a mundane cooking utensil. It had not taken its place in fine boutiques where they sold porcelain and Baccarat. The saucepan was a bit of a Cinderella. With Cook & Serve, it would enter the scene.*

*Removable handles; these already existed but were only some sort of clip-on device of dubious effectiveness. Those that Paul*



*Dodane designed were profiled, fluid and elegant. When they were clipped on, they gave the saucepan a brand new role. You could see the purity of design, the shine of the fine stainless steel. A stew pot became a serving dish, Cristel's pans were invited to the table. This was a first.*

*In itself, it's a great idea (and would inspire the whole industry). But that idea alone did not sufficiently explain the success experienced by the brand from that moment on. There had to be something else. It should be remembered that this was a business with roots. It was the heir of a protestant industrial culture. There, quality is seen as a moral requirement. It was that quality which would be appreciated by professionals. So it was that the great chefs were the first to be impressed and their attachment to Cristel would never diminish.*



## L'ouverture au monde

Très entourées dans les salons professionnels, les casseroles Cristel font leur apparition dans les pages des beaux magazines dès le début des années 90.

Progressivement, les boutiques Arts de la table et les grands magasins parisiens accueillent cette marque auréolée d'un prestige inédit. Les clients caressent l'inox étincelant. On s'exerce au maniement des poignées amovibles. Juste un clic, c'est si simple, si évident.

Cristel met en place une politique commerciale très attentive dirigée par Paul Dodane. Bernadette Dodane est l'ambassadrice

attentionnée de la marque. À l'écoute, proche des distributeurs, les dirigeants fédèrent, ils font partager les valeurs de cette entreprise pas comme les autres. En l'espace d'une décennie, Cristel devient leader sur le marché hexagonal tout en se déployant à l'international. Le Japon, notamment, apprécie cette marque qui réussit l'alliance de l'ergonomie (si vitale dans l'exiguïté des foyers nippons) et du raffinement à la française.

### An opening to the world

*Attracting a lot of attention at shows, Cristel pans made their appearance in the pages of the top magazines at the start of the 1990s. Gradually, tableware boutiques and the department stores in Paris took on the brand and gave it a previously unknown prestige. Customers caressed the sparkling stainless steel. People played with the removable handles. Just a click, that simple, so obvious. Cristel established a very thoughtful sales policy, managed by Paul Dodane. Bernadette Dodane was the caring brand ambassador. Attentive, close to distributors, the directors built unity, they got people to share the values of this unique business.*

*In the space of a decade, Cristel became the leader on the French market and rolled out internationally at the same time. Japan in particular appreciated the brand, which successfully combines ergonomics (so vital in cramped Japanese homes) with French refinement.*

## La voie de l'innovation

Avec son concept Cook & serve qui a révolutionné les Arts de la table, Cristel a créé des attentes. La marque doit garder son avance créative.

Au début des années 90, les plaques de cuisson par induction commencent à gagner du terrain. À cette époque, aucune casserole inox n'est compatible avec cette technologie. Dans la profession, beaucoup pensent que la cause est perdue, que l'obstacle technique est insurmontable. Paul Dodane refuse cette fatalité. Il contacte EDF, UGINE (un des leaders mondiaux de l'acier inoxydable) et le constructeur de plaques vitrocéramiques. Ensemble, ils constituent un pool de recherche. Dix-huit mois plus tard, la solution technique est trouvée. Cristel, une fois encore, ouvre la voie.

Cette décennie voit également l'arrivée, dans l'entreprise, d'Emmanuel Brugger. Il est lycéen, en 1990, lorsqu'il fait la connaissance de Fabienne, l'une des filles de Bernadette et Paul Dodane. Il découvre Cristel à l'occasion d'un emploi d'été cette même année. Il y fera de nombreux stages au cours de ses études. En 1993, il épouse Fabienne et intègre l'entreprise, tout en poursuivant un cursus d'ingénieur. Il sera l'artisan de l'informatisation de la production et, un peu plus tard, pilotera le grand chantier de modernisation de l'outil industriel. Ce n'est qu'un début.



## The road to innovation

With its Cook & Serve concept, which revolutionised tableware, Cristel created expectations. The brand had to retain its creative lead.

At the beginning of the 1990s, induction hobs started to gain ground. At that time, stainless steel pans were not compatible with induction technology. In the profession, many thought that the cause was lost, that the technical obstacle was insurmountable. Paul Dodane refused to believe it. He contacted EDF (the national electricity supplier), Ugine (a world leader in steel fabrication) and the French federation of vitroc ceramic hob manufacturers. Together, they built a research pool. Eighteen months later, a technical solution was found. Once again, Cristel had opened the way.

That decade also saw the arrival of Emmanuel Brugger in the company. In 1990, he was a college student, when he met Fabienne, one of Bernadette and Paul Dodane's daughters. He discovered Cristel during a summer job that same year. He would work there on numerous occasions during his studies. In 1993, he married Fabienne and joined the company, while continuing with an engineering degree. He was to be the architect behind the computerisation of production and, later on, would guide the production facility through a major modernisation. That was only a start.



## L'entreprise endeuillée

Au tournant du siècle, l'entreprise a toutes les raisons d'embrasser l'avenir avec confiance. Cristel connaît un succès sans précédent, en France comme à l'étranger. L'outil de production est des plus performant. Bernadette et Paul Dodane ont même le bonheur de voir leur fils Damien s'investir dans l'entreprise. Vingt ans plus tôt, Damien Dodane avait choisi un autre chemin. Amoureux du théâtre, il avait fait de sa passion un métier, tout à la fois acteur et auteur, loin de la Feschotte. À 40 ans, à la faveur d'un interlude entre deux projets artistiques, il a accepté de répondre à la demande de ses parents : remplacer le représentant de l'est de la France qui doit être immobilisé pendant plusieurs

mois suite à un accident. Il faut aller à la rencontre des clients distributeurs, les entendre, comprendre l'évolution des attentes. C'est un travail sensible. Il trouve la mission intéressante, et se rapproche avec plaisir d'Emmanuel, son beau-frère, sur le terrain professionnel. Tout va bien. C'est à ce moment-là, en août 2000, que Fabienne, la fille, l'épouse, la sœur, est emportée en vingt-quatre heures par une infection rénale foudroyante. Fabienne Brugger avait 28 ans. Elle était comptable et responsable administratif et financier de Cristel. La famille et l'entreprise sont sous le choc. Chacun puisera la force nécessaire dans la solidarité familiale. Damien Dodane décide alors de rester dans l'entreprise.



## The company in mourning

At the turn of the century, the company had every reason to embrace the future with confidence. Cristel was experiencing unprecedented success, both in France and abroad. The production facility was one of the most efficient there was. Bernadette and Paul Dodane even experienced the joy of seeing their son Damien join the company. Twenty years earlier, Damien Dodane had chosen another path. As a lover of the theatre, he had made a career of his passion, both as an actor and a playwright, far from Feschotte. At the age of forty, taking advantage of a break between two artistic projects, he agreed to help out his parents: a large sales area in the east of

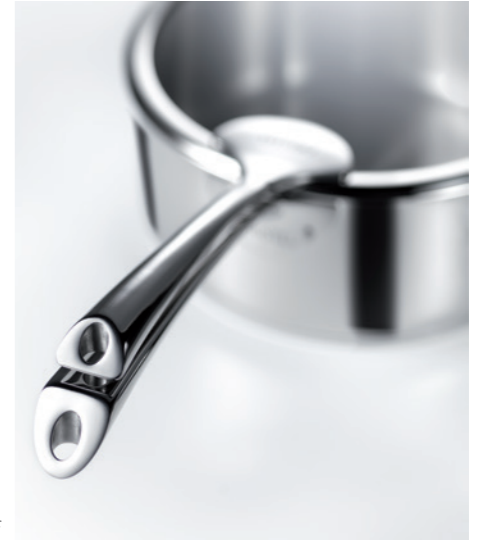
France needed managing at the time. It meant meeting distributors, listening to them, understanding how their needs were changing. It was a delicate job.

He found the work interesting and got on well with Emmanuel, his brother-in-law, at a professional level. Everything was going fine. It was at that moment, in August 2000, that Fabienne, daughter, wife and sister, was snatched away in twenty-four hours by a devastating kidney infection. Fabienne Brugger was 28. She was Cristel's accountant and administration and finance manager. The family and the company were in shock. Everyone dug deep to find the necessary strength through the support the family. Damien Dodane decided to remain with the company.

## Des valeurs partagées

Les années 2000 consacrent le succès de la marque. Le style Cristel s'affirme à travers de nouvelles collections saluées par les médias. L'entreprise confirme son leadership en France et multiplie ses représentations dans plus de trente pays. Les produits Cristel sont présents dans les rayons des grands magasins à Paris, Tokyo, Moscou, New-York, Londres... De grands noms de la gastronomie française affichent leur amitié pour la marque.

Cette décennie est aussi celle de la transmission à l'intérieur de l'entreprise, un passage sans heurt, intelligemment programmé. Bernadette et Paul Dodane confient la direction générale de Cristel à Emmanuel Brugger en 2006. Il a alors 34 ans. Damien Dodane le seconde dans la fonction de direction et prend en charge la stratégie marketing et le développement à l'international. Sa sœur, Myriam, avocate en droit des affaires à Metz, gère toute la partie juridique de la société, et notamment la propriété intellectuelle. Paul et Bernadette Dodane, en tant que co-présidents de la SAS, continuent d'exercer leur rôle. Paul Dodane reste le concepteur qu'il a toujours été, et Bernadette Dodane demeure, et avec une foi intacte, la meilleure ambassadrice de la marque.



## Shared values

The 2000s embodied the brand's success. Cristel made a strong statement with its style and new collections which were received enthusiastically by the media. The company confirmed its leading position in France and extended its representation to more than thirty countries. Cristel's products can be found on the shelves of major stores in Paris, Tokyo, Moscow, New-York, London etc. Some of the great names in French gastronomy have a liking for the brand.

That decade was also one of transition inside the company, which was smoothly and intelligently planned. Bernadette and Paul Dodane handed over the general management of Cristel to Emmanuel Brugger in 2006. He was 34 at the time. Damien Dodane supports him in managing the business AND is in charge of marketing and international development strategy. His sister, Myriam, a business lawyer in Metz, manages the company's legal affairs, in particular intellectual property. Paul and Bernadette Dodane, as co-chairmen of the SAS (simplified share company), continue to carry out their roles. Paul Dodane is still the designer that he always was and Bernadette Dodane remains, with her faith undiminished, the brand's number one ambassador.

## L'avenir avec confiance

Dans un monde de plus en plus mobile, une entreprise a besoin de souplesse et d'imagination. Et l'on n'est jamais aussi rapide que lorsque l'on est stable, solidement campé sur des bases claires avec des valeurs sûres. La force de Cristel réside pour une grande part dans la permanence de ses principes. Tenir ses promesses, vouloir le mieux. Offrir le meilleur. C'est en étant fidèle à ses propres exigences que Cristel s'est hissée à la place qui est la sienne. L'immense cheminée de briques rouges, vestige préservé de l'ancienne usine, rappelle à chacun d'où l'on vient.

Cette fidélité n'est pas étrangère au rayonnement de la marque. On aime Cristel pour le beau, pour la qualité et l'intelligence de ses produits, pour ses promesses de saveurs, mais on l'aime aussi pour cette histoire singulière. Toutes les marques ont une personnalité. Certaines ont une âme.



## A confident future

In an ever more mobile world, a business needs flexibility and imagination. And you are never as nimble as when you are stable, solidly based with a firm footing and sound values. Cristel's strength is largely the result of the enduring quality of its principles. Keeping its promises, wanting the best. Offering the best. It is by being true to its self-imposed demands that Cristel has achieved a place which it has made its own. The immense red-brick chimney, a preserved relic of the old factory,

reminds everyone where they came from.

This loyalty is one reason why the brand has done so well. People like Cristel for its looks, for the quality and intelligence of its products, for the flavours it promises, but they also like it for its unique history. Every brand has a personality. Some have a soul.



[www.cristel.com](http://www.cristel.com)

BP 10 - 25490 FESCHES-LE-CHÂTEL - FRANCE  
Tél. +33 (0) 3 81 96 17 52 - Fax +33 (0) 3 81 93 09 84  
e-mail : [cristel@cristel.com](mailto:cristel@cristel.com)