

History Sheet

Synonyme de compétence culinaire depuis plus de 50 ans, Betty Bossi est une des marques les plus connues de Suisse. Betty Bossi se décline en produits de presse écrite (Journal Betty Bossi, livre de cuisine, etc.), en produits frais tout prêts chez Coop et en articles pratiques pour la cuisine et le ménage. Elle occupe aussi l'espace numérique (marché en ligne, plateformes de réseaux sociaux, etc.). Dans tous ces domaines, elle est leader sur le marché suisse.

1956

Le Courrier Betty Bossi paraît pour la première fois. Publié en allemand et en français, ce journal gratuit de deux pages est déposé dans les magasins d'alimentation et répond à la sempiternelle question: «Que vais-je cuisiner aujourd'hui?» Certaines recettes contiennent des produits Sais et Astra du fabricant Unilever et sont dès lors une publicité ciblée pour ce fabricant, qui est aussi l'éditeur du journal.



Milieu des années 60

Le Courrier Betty Bossi paraît désormais toutes les six semaines. Son sous-titre «Service Conseils Ménagers» change et devient «Journal consacré aux problèmes d'alimentation, de cuisine et de ménage».

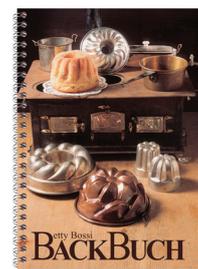
1966

L'abonnement coûtant 2 francs pour 8 numéros est lancé. En un temps record, Betty Bossi fidélise un nombreux lectorat. Bien que le nombre d'abonnements stagne au cours des années suivantes et que la direction songe à renoncer à la publication, le journal survit.



1972

Le Courrier Betty Bossi fait peau neuve. Sa forme et son contenu sont remaniés pour mieux répondre aux besoins des lectrices de l'époque. Rebaptisé «Betty Bossi, journal spécialisé pour la cuisine et le ménage», la publication de 12 pages paraît 9 fois par an et l'abonnement coûte CHF 5.80.



1973

La parution du premier livre de cuisine «Les Pâtisseries», élaboré en collaboration avec des maîtresses d'école ménagère, marque d'une pierre blanche l'histoire de l'entreprise!

1977

Fondation des Editions Betty Bossi SA, qui se libèrent de la maison-mère Unilever. Betty Bossi devient une entreprise indépendante, dont le nouveau concept de publication prévoit une revue spécialisée dans la cuisine et le ménage, qui soit de haute qualité et inspire confiance. Le nombre d'abonnés au nouveau Journal Betty Bossi fait un bond énorme, dépassant toutes les attentes. C'est le début d'une ère nouvelle!

Fin des années 70

Dès à présent, les abonnés au Journal Betty Bossi peuvent profiter d'offres spéciales qui leur sont exclusivement réservées. Il s'agit d'ustensiles pratiques pour la cuisine et le ménage, qui facilitent le travail et permettent d'économiser du temps. A l'exemple du «bateur magique», devenu légendaire entre-temps, et avec lequel des milliers de ménages suisses fouettent de la crème aujourd'hui encore.



1986

Ouverture de l'Ecole de cuisine Betty Bossi. Premiers cours au programme: cours élémentaire de cuisine, cuisine chinoise, italienne, végétarienne, cuisson du pain, poisson, menus raffinés pour les invitations.



1995/1998

Ringier achète les Editions Betty Bossi SA. Betty Bossi fait son entrée sur la Toile, à l'adresse: www.bettybossi.ch



2001

Betty Bossi lance le jeu-divertissement télévisé «al dente» sur SF2. Coop reprend 50% des actions des Editions Betty Bossi SA détenues par Ringier. Betty Bossi publie sa première Newsletter électronique culinaire.

2002

En partenariat avec Betty Bossi, Coop lance des produits frais tout prêts, regroupés sous la marque IDEE BETTY BOSSI. L'illustré publie le magazine culinaire «al dente» en collaboration avec Betty Bossi et Gault Millau. Betty's Kitchen paraît en Chine, avec le soutien de Ringier.



2004

Comptant en moyenne 700'000 téléspectateurs par an, l'émission «al dente» jouit d'une grande popularité. Depuis l'automne, elle est nouvellement diffusée par la chaîne SF1, un lundi soir sur deux.

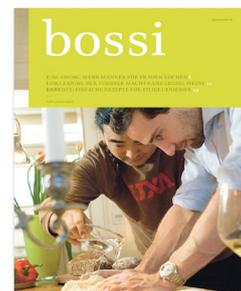


2005

Principal magazine culinaire de Suisse avec un tirage avoisinant 900'000 exemplaires, le Journal Betty Bossi change de look. La TSR1 adapte l'émission «al dente» pour la Suisse romande. Betty Bossi lance un service de mise au point de recettes pour des entreprises tierces.

2007

Le nouveau magazine «bossi», axé sur les plaisirs gourmands, les loisirs et l'hospitalité, et principalement destiné aux hommes, paraît en avril. Compte tenu de sa faible pénétration sur le marché, sa parution est suspendue à la fin de l'année.



2008/2009

Assumant de nouveaux mandats de Coop, Betty Bossi élargit le domaine Food Consulting. Elle développe systématiquement le négoce de licences pour en octroyer à l'échelle internationale.

2010

Après dix ans de succès de son jeu-divertissement télévisé «al dente», Betty Bossi arrête la production de l'émission en allemand et développe un nouveau projet appelé à lui succéder. Lancement du livre de cuisine personnalisé «sur demande».

2011

L'Ecole de cuisine Betty Bossi se réorganise et met sa compétence culinaire à disposition en ligne, via l'Atelier de cuisine. En avril, la nouvelle émission télévisée suisse alémanique «Ab in die Küche», qui succède à «al dente», démarre, mais elle est suspendue après la cinquième émission, son audimat étant trop faible. En collaboration avec la chaîne radiophonique SRF3, Betty Bossi lance l'émission culinaire «SRF3 chocht fein». Chaque vendredi à 11 h, Jan Hofmann y cuisine un plat pour les auditeurs. Betty Bossi fait son entrée sur les réseaux sociaux.



2012

En décembre, Ringier vend sa part de 50% du capital-actions de Betty Bossi SA à Coop. Betty Bossi devient une filiale à part entière de Coop.

Betty Bossi SA
Bürglistrasse 29
8021 Zürich

Tel. +41 44 209 19 73
Fax +41 44 209 19 70
www.bettybossi.ch