

COMMUNIQUE DE PRESSE

Date : 20.11.2014

Objet : Sources Rosport S.A. refait l'entièreté de sa gamme de bouteilles en verre et se présente avec une nouvelle image de marque

Renouveau de la gamme de bouteilles en verre et investissements de 9 millions d'euros assureront un futur prometteur à l'entreprise

20.11.2014 – Cette fin d'année 2014 sera riche en innovations car Sources Rosport S.A. a mis plusieurs nouveautés sur les rails qui feront leur apparition dès la fin novembre. En effet, Sources Rosport, entreprise leader des eaux minérales naturelles du Grand-Duché, vient tout juste d'installer dans son usine à Rosport, une nouvelle ligne de production destinée au soutirage des bouteilles en verre consigné. Afin d'accueillir ce nouvel outil ultra-performant un agrandissement du hall de production de 600m² supplémentaires a dû être effectué. En parallèle, la gamme des bouteilles en verre consigné a été complètement renouvelée pour se présenter dorénavant dans un look moderne et uniformisé pour les différents produits Rosport Classic, Rosport Blue et Rosport Viva. Sources Rosport a également profité de ce moment crucial pour revoir son image de marque et ainsi rajeunir son identité visuelle. Ce renouveau se traduit non seulement par une nouvelle approche de la communication, mais également par une présence digitale adaptée aux habitudes et aux attentes des internautes.

Les différentes actions, basées entre autre sur une étude de marché réalisée en 2013, ont abouti à un investissement de près de 9 millions d'euros et qui permettra d'assurer au sourcier luxembourgeois ainsi qu'à ses clients un futur radieux.

« Le travail réalisé à tous les niveaux pendant ces deux dernières années, a été primordial afin de rester à la pointe de la technologie au niveau de la production et d'assurer l'évolution du positionnement de nos marques et la communication avec le consommateur. Le but de cette nouvelle orientation était de poursuivre une approche qui met en valeur la qualité supérieure de nos eaux minérales naturelles et ainsi continuer à satisfaire les besoins et attentes du client dans le futur », explique Max Weber, Directeur des Sources Rosport S.A.

Nouvelles bouteilles en verre consigné

Lors des nombreuses sessions de co-crédation avec ses consommateurs, Sources Rosport a réussi à imaginer des nouvelles bouteilles au look résolument moderne, et qui rendent hommage à la qualité exceptionnelle de ses eaux minérales naturelles. Certes, le design est intimement inspiré de la bouteille Rosport actuelle, mais il tient également compte des innombrables remarques pertinentes des fans de Viva.

C'est ainsi, qu'à partir du mois de décembre 2014, la gamme complète des bouteilles en verre consigné des eaux Rosport et Viva sera remplacée. La nouvelle gamme sera composée de trois bouteilles aux contenances de 25cl, 50cl et 1L, clairement identifiables par des étiquettes et des bouchons de couleurs différentes.

Le format 75cl pour Rosport Classic et Rosport Medium sera délaissé et en ce qui concerne la Rosport Classic remplacé par le format familial d'un litre. Ce choix fut, lui aussi, guidé par les consommateurs, qui réclamaient ce format depuis longtemps et qui aujourd'hui verront leur patience récompensée.

Des casiers nouveaux qui remplissent des critères ergonomiques et écologiques les plus sévères

Outre le fait que Sources Rosport proposera une gamme de bouteilles entièrement neuve, l'intégralité des casiers sera également remplacée.

Ainsi, le casier des bouteilles d'un litre est né du désir d'offrir une réelle plus-value au consommateur. Pour augmenter le confort lors du transport de ce casier au look futuriste, Sources Rosport a choisi de rajouter pas moins de trois poignées de type « Soft Grip » (poignée renforcée à la mousse) permettant ainsi une prise en main tout en douceur et sans risque de blessures.

Conscient de l'impact écologique que la fabrication de nouveaux casiers peut engendrer, Sources Rosport a toutefois minimisé celui-ci en faisant fabriquer les casiers des bouteilles 25cl et 50cl à partir de plastique recyclé, qui de surcroît provient exclusivement des anciens casiers Rosport/Viva broyés et recyclés pour l'occasion.

Une innovation signé Rosport : la première bouteille PET qui se passe entièrement de matière première vierge

Sources Rosport innove non seulement dans sa gamme verre, mais crée également la surprise dans sa gamme des bouteilles en PET. C'est après des mois de recherche et de développement, en étroite collaboration avec son partenaire de longue date, Luxpet, de Bascharage, qu'une bouteille en PET fût développée qui répond aux critères écologiques les plus strictes. C'est ainsi que la nouvelle bouteille PET Rosport Classic 50cl et 1L est la première bouteille de la gamme Rosport qui se passe entièrement de matière première vierge. En effet, 75% du plastique de la bouteille provient de bouteilles PET collectées et recyclées au Luxembourg tandis que les 25% restants sont issus de plastique provenant de la canne à sucre, une ressource renouvelable avec un bilan écologique largement positif.

Pour conclure, il reste à préciser que l'entièreté des étiquettes et des films d'emballage des produits PET seront eux aussi relookés et se présenteront dans un tout nouveau design, inspiré du design des bouteilles en verre, dès la fin de l'année.

Etienne Gossart, Country Director Coca-Cola Entreprises Belgique et Luxembourg réagit à la nouvelle orientation stratégique de Sources Rosport: « Notre collaboration à long terme avec Sources Rosport remonte à 1998. Tout le monde connaît Coca-Cola à travers nos marques internationales; mais finalement, nous sommes une entreprise locale par excellence. Cela correspond parfaitement à notre vision durable qui veut que nous produisions et distribuions au plus près de nos clients. Ainsi, nous sommes depuis plus de 16 ans un partenaire fidèle de Sources Rosport et distribuons avec fierté l'eau minérale naturelle locale n°1 sur le marché luxembourgeois. »

Un site internet entièrement neuf répondant à une demande des internautes pour plus d'interactivité

Les internautes passent de plus en plus de temps sur le web et les réseaux sociaux (en moyenne 5 heures par jour), y recherchent des informations, du divertissement et de l'interaction ainsi que des échanges. Il est donc, en tant qu'entreprise dynamique, impossible de se passer du digital et il est nécessaire d'assurer d'une présence qualitative et pertinente sur la toile, tout en rajoutant une touche de « fun ». Sur cette trame, Sources Rosport a décidé d'abandonner tous les schémas connus pour mettre en place un concept singulier et avant-gardiste pour une marque d'eau minérale.

S'inspirant des concepts de certains réseaux sociaux qui reposent sur une accroche visuelle, Sources Rosport propose aux internautes un site « lifestyle » informatif, visuel, fun et interactif sous le nom de domaine « www.rosportlife.com ». Les visiteurs peuvent y trouver une réelle diversité de thèmes autour de la culture, des recettes, de la nature et du développement durable, du sport et bien-être ou encore des informations utiles pour les familles ou des carnets de voyage.

Les articles sur rosportlife.com sont créés par un collectif d'une dizaine de contributeurs, qui présentent aux lecteurs leur « style », leur mode de vie, leurs passions et leurs projets. Ils le font d'une manière très individuelle et personnelle via des textes, photos, vidéos ou encore des illustrations.

Les langues véhiculaires du site seront le français, l'anglais, mais également l'allemand et le luxembourgeois et reflètent ainsi la multi-culturalité de notre pays. C'est justement cette touche luxembourgeoise et cet ancrage local qui fera découvrir aux lecteurs le pays, sa richesse et son style.

Le but de rosportlife.com est d'inspirer le lecteur, lui transmettre une émotion positive et un « bon feeling » au cours de sa visite. Bien entendu tous les contenus peuvent être partagés et aimés via différents réseaux sociaux et un retour des lecteurs quant à leurs expériences du nouveau site est le bienvenu. Cette interactivité ainsi que les différentes contributions feront la richesse du site et permettront de répondre au mieux aux multiples attentes des internautes.

Une étude de 2013 confirme l'excellente notoriété des marques Rosport ainsi que les parts de marché en augmentation sur le Grand-Duché

En mai 2013, Sources Rosport réalise une étude de marché de grande envergure qui permet de relever quelques faits véritablement marquants.

C'est ainsi que 74,7% des personnes interrogées citent d'abord une marque d'eau plate lorsqu'il s'agit de mentionner une marque d'eau minérale naturelle. Une analyse sur la nature des marques relève qu'en termes de taux de notoriété, Viva occupe désormais la 2^e place de toutes les eaux minérales plates et devance même son concurrent de toujours en termes de parts de marché auprès de la cible luxembourgeoise.

Les eaux minérales gazeuses de Sources Rosport S.A. sont quant à elles très largement leaders sur leurs marchés respectifs, et c'est ainsi que la marque Rosport est citée en premier plus de 7 fois sur 10 lorsqu'il s'agit de nommer une marque d'eau minérale gazeuse. Rosport Blue est de très loin l'eau minérale gazeuse la plus consommée au pays, tandis que dans le Top 3 on retrouve également la marque Rosport Classic.

A propos de Sources Rosport S.A.

Fondée en 1959, Sources Rosport S.A. soutire des eaux minérales naturelles gazeuses et non gazeuses, à savoir la Rosport Classic, fortement pétillante, la Rosport Blue, légèrement pétillante ainsi que Rosport Viva, une eau minérale naturelle plate. Depuis 2012 Rosport Pom's, une boisson rafraîchissante du type « Apfelschorle », à base de jus de pomme et d'eau gazeuse Rosport, fait également partie de la famille Rosport.

L'année 2013 fut une année record pour Sources Rosport avec près de 31.850.000 bouteilles vendues (tous produits confondus), soit un total de 19.520.000 litres. En ce qui concerne le type de bouteilles, plus de la moitié de ses eaux, quelque 54% ont été vendues dans des bouteilles en verre consigné, le restant ayant été des bouteilles en PET.

La vocation de la PME à capital 100% luxembourgeois est de séduire ses consommateurs par le goût unique de ses boissons, la composition en sels minéraux riche et équilibrée et la variété de ses produits. Outre, le respect de l'environnement et la responsabilité sociétale, la sécurité au travail constituent des maîtres mots de l'entreprise. C'est ainsi que l'entreprise est certifiée ISO9001, ISO14001 et OHSAS 18001, et s'est vue remettre pour la deuxième fois le label ESR par l'INDR en 2014 avant d'obtenir le prix spécial du jury Trophéco cette même année.

Contact Presse :

Tanja KINNEN
Responsable Communication & Events
Sources Rosport S.A.
2, rue de la Tour Jacob
L-1831 Luxembourg
Tél.: 40 84 03-1
Email: contact@rosport.com
Web: www.rosportlife.com
www.rosport.com