

# Croissance soutenue pour les eaux nationales

C'est en 1955 que la famille brassicole Boffering demande au géologue luxembourgeois Michel Lucius de trouver une source d'eau minérale sur le territoire national. Il la découvre à 67 mètres de profondeur, dans le pays d'Echternach, à proximité du massif des volcans éteints de l'Eifel.

AR. - Chaque heure, cette source fournit 8.500 litres d'eau minérale à une température constante de 12° C et 16.000 litres de gaz carbonique. Sa teneur en nombreux sels minéraux en font une eau diététique, particulièrement appropriée pour les reins et les voies digestives.

Mise en bouteilles depuis 1959, l'eau de Rosport est devenue, au fil des ans, une composante non négligeable de l'économie du Grand-Duché. Sa consommation n'a, en effet, cessé d'augmenter pour atteindre, en 2002, 22 millions de bouteilles soutirées et vendues, soit l'équivalent de plus de 120.000 hectolitres. Le processus de soutirage, complètement automatisé, a une capacité de 25.000 bouteilles par heure, cinq fois plus qu'au départ.

Le marché luxembourgeois - Rosport n'exporte pas sa production - se désaltère de quatre variétés d'eau: la Classic (eau minérale naturellement pétillante, 30 % des ventes), la Medium (légèrement pétillante, 10 % des ventes), la Blue (eau gazeuse, 35 % des ventes) lancée dans le secteur de l'Horesca en juillet 1996, et *last but not least*, la Viva (eau minérale plate, 25 % des ventes).

La nappe aquifère, qui alimente le puits de la source de



Rosport produit 25.000 bouteilles par heure

(Photo: Rosport)

cette dernière, se situe à une profondeur de 40 mètres, non loin de la première source Rosport. Si le nouveau produit a largement réussi sa pénétration sur le marché de la consommation à domicile, le succès n'a pas été aussi rapide dans la restauration, largement dominée par les marques internationales.

Toutefois, 2002 a été l'année de sa mise sur orbite puisque ses ventes ont progressé de 80 % par rapport à 2001. Viva est commercialisée en bouteilles en verre consignées et en bouteilles PET de 50 cl. Alors que Rosport Classic et Rosport Blue constituent les grands succès de l'entreprise avec 60 % et 65 % des parts de marché en 2003, Viva apparaît comme le produit le plus prometteur. Elle représente déjà 25 % des ventes de la société et 10 % des parts de marché de l'eau minérale consommée au Grand-Duché.

## Respect de l'environnement

La société emploie à ce jour 21 personnes, réalise un chiffre d'affaires de cinq millions d'euros et dispose d'un capital d'un million d'euros totalement entre les mains d'hommes d'affaires du pays.

La société actuelle est le fruit de la scission opérée en 1998 de la S.A. Soutirages Luxembourgeois, fondée en 1974 par la fusion de Source Rosport, Canada Dry et Coca-Cola. Si Sources Rosport S.A. est restée entre les mains des propriétaires de l'ancien S.L., c'est la société Coca-Cola Entreprises qui assure la commercialisation et la distribution des produits des deux entités.

Début 2003, Rosport a créé en interne un service assurance - qualité et hygiène, également en charge du suivi pour l'obtention de la norme ISO 9001. La firme a fait de la protection et du respect de

l'environnement une de ses priorités majeures. En effet, ses eaux ne subissent aucun traitement. Elles sont mises en bouteilles réutilisables sur le lieu même de leur production et font l'objet, de la source à l'embouteillage, de contrôles constants et divers.

2003 restera une année morose dans les mémoires à la suite de l'incendie du 22 juin survenu en pleine période de canicule et donc de forte consommation. L'entreprise a été contrainte de stopper sa production durant sept semaines.

Les responsables de Sources Rosport envisagent l'avenir avec confiance et sérénité. Ils estiment à plus de 10 % la croissance des ventes en 2004 par rapport à 2003 et le nouveau hall de stockage et de manutention de 800 m<sup>2</sup> pour un coût de 200.000 euros, dont la construction était prévue avant l'incendie, sera opérationnel en mars 2004.