

## Communiqué de presse

**Rubrique:** NEWS / ECONOMIE / LIFESTYLE / LOCAL  
**Evénement:** Conférence de presse de fenaco chez RAMSEIER Suisse SA  
**Date:** 26 mai 2010  
**Lieu:** Sursee (LU)  
**Motif:** 100e anniversaire de la marque RAMSEIER  
**Link:** [www.ramseier.ch](http://www.ramseier.ch) / [www.photopress.ch](http://www.photopress.ch)

---

### RAMSEIER – Naturel depuis 100 ans

En 2010, il y a une bonne raison de faire la fête : RAMSEIER, la marque de jus de fruits la plus connue de Suisse, a 100 ans. Durant cette période, beaucoup de choses ont changé. RAMSEIER est cependant restée fidèle à elle-même en produisant des jus de fruits avec ce que la nature offre de meilleur.

La marque RAMSEIER symbolise la qualité et le naturel suisse. Depuis près de 100 ans, les délicieux jus de fruits de RAMSEIER font partie des boissons suisses les plus réputées et satisfont les désirs des consommateurs les plus exigeants. Avant d'en arriver là, le chemin de RAMSEIER Suisse SA a été parsemé d'embûches.



#### Toujours prête à innover

L'histoire de l'entreprise RAMSEIER débute le 19 janvier 1910 avec la création de la „Emmentalische Obstweingenossenschaft Ramsei“. Dès le début, les ventes de produits RAMSEIER ont été supérieures aux attentes, grâce au cidre alcoolisé. Dès 1912, la « Obstweingenossenschaft Ramsei » fut la première distillerie de Suisse à compléter son assortiment avec du jus de pomme. Pendant la 1<sup>ère</sup> guerre mondiale, ses livraisons aux restaurants accueillant les soldats lui permirent de se faire connaître dans l'ensemble du pays. Dans le même temps, la demande en cidre augmenta, en remplacement de la bière de médiocre qualité et du vin devenu plus onéreux.

Une concurrence accrue, une forte pression sur les prix et, dès 1917, la volonté affichée par la Régie fédérale des alcools de limiter la consommation d'alcool de fruits et de cidre brisèrent provisoirement l'élan des cidreries.

Le jus de pomme RAMSEIER est réellement parvenu à s'imposer au cours de la deuxième guerre mondiale. Le sucre étant soumis à un monopole à partir de 1940, la demande en jus de pommes à base de sucre de fruit naturel augmenta sensiblement. Les ventes de jus de pommes RAMSEIER sont ainsi passées de 400'000 litres (1935) à 2'200'000 litres (1945). Après la guerre, de nouvelles boissons sucrées en provenance des Etats-Unis commencèrent à être commercialisées sur le marché suisse et renforcèrent la concurrence. Malgré le lancement de nouveaux produits tels que RAMSEIER Framboises et d'autres jus de fruits, la situation de la « Obstweingenossenschaft Ramsei » et des autres fabricants de jus de fruits s'est détériorée.



### **Fusionner pour survivre**

Cette situation plus difficile s'est traduite par des fusions d'entreprises : alors que la Suisse comptait encore 80 cidreries avant la guerre, dans les trois décennies qui suivirent le conflit mondial, ces dernières n'étaient plus qu'au nombre de 80. Ramsei fusionna ainsi en 1977 avec trois autres fabricants de jus de fruit sous la dénomination de Pomdor SA avec siège à Kiesen. Cette fusion fut suivie par des reprises, ce qui permit à la marque RAMSEIER d'asseoir définitivement sa position dans le domaine de la transformation des fruits. C'est à cette époque que l'entreprise se mua de transformateur de fruits en fabricant de boissons. En 2005, la fusion de Pomdor et du producteur de jus de fruits Granador donna naissance à l'entreprise Unidrink SA. En 2008, l'entreprise fut rebaptisée sous le nom de RAMSEIER Suisse SA.

### **Focalisation sur la demande des consommateurs**

La très grande popularité dont continue à bénéficier la maque RAMSEIER atteste que sa stratégie d'entreprise résiste bien aux crises et aux défis. Aujourd'hui, outre le jus de pommes classique, plusieurs cidres et Schorle ainsi que divers jus de fruits, des produits de saison et des spécialités font partie de l'assortiment. RAMSEIER prouve à travers l'ensemble de son assortiment que le slogan publicitaire « la force de la nature » est bel et bien une réalité. Tous les jus de fruits RAMSEIER contiennent plus de vingt minéraux et oligo-éléments vitaux mais aucuns additifs tels que sucre cristallin et sucre artificiel.

### **Grande campagne de promotion avec collection d'étiquettes en coopération avec CFF RailAway et Song Contest**

A l'occasion de ses 100 ans, RAMSEIER lance une grande campagne de collection d'étiquettes, en collaboration avec CFF RailAway. Pour cinq étiquettes de jus de pomme, les consommateurs recevront un bon de dix francs à faire valoir sur 16 offres top de CFF RailAway. A travers cette action, RAMSEIER récompense ses fidèles clientes et clients. En plus de cela, RAMSEIER cherche à réinterpréter la chanson populaire « S'Ramseyers wei go grase » (en français, les « Ramseyer veulent aller à l'herbe »). Qu'il s'agisse de Pop, de Rock, de Rap ou de Soul, - la nouvelle interprétation doit faire office de chanson RAMSEIER officielle pour les 100 prochaines années.

---

### **Contact média:**

Marco Imfeld  
Chef Marketing, RAMSEIER Suisse SA, Sursee  
Téléphone 041 919 97 12  
marco.imfeld@ramseier.ch  
www.ramseier.ch

### **Communiqué de RAMSEIER SA**

RAMSEIER est la marque de jus de fruits la plus connue de Suisse. La palette de produits va du jus de pommes sous toutes ses formes aux Shorle Pomme ainsi qu'au jus de pommes non filtré et au cidre, en passant pour les jus de fruits de qualité supérieure. RAMSEIER fait partie de RAMSEIER Suisse SA, le leader des jus de fruits avec des sites de production à Sursee, Hochdorf, Kiesen et Elm. Outre la marque RAMSEIER, le programme comprend également SINALCO, ELMER Citro et ELMER minéral. En plus de cela, RAMSEIER Suisse SA produit plusieurs boissons pour le commerce suisse de détail ainsi que sur commande de groupes internationaux. [www.ramseier-suisse.ch](http://www.ramseier-suisse.ch)