

Connaissez-vous
ce logo ?

*ph*oenix
beverages

Communiqué de presse
Pour diffusion immédiat



**Phoenix Beverages adopte
une nouvelle identité visuelle**



Le Club, Phoenix House, Pont Fer 22 septembre 2011 - **Phoenix Beverages, le leader des boissons rafraîchissantes à Maurice, a dévoilé sa nouvelle identité ce jeudi 22 septembre. Cette entreprise, connue pour ses marques internationales de renom, a décidé de réaffirmer sa vision et ses valeurs à travers une stratégie ambitieuse et d'adopter un look plus dynamique pour son identité visuelle.**

[Un positionnement encore plus moderne pour le groupe](#)

A travers ce changement d'identité, la compagnie démontre une fois encore son envie de toujours innover et de s'adapter. Ceci pour continuer à proposer encore plus de choix à une clientèle aux besoins changeants. Cette nouvelle identité qui se veut plus 'rafraîchissante', plus fédératrice et moderne, permettra à *Phoenix Beverages* de projeter une image harmonieuse de ses marques et de la compagnie productrice.

Richard Wooding, *Chief Executive Officer de Phoenix Beverages* explique: « *Depuis plus d'un demi-siècle, nous formons partie de la vie quotidienne de tous les mauriciens à travers les boissons rafraîchissantes que nous offrons et il était donc temps pour nous de rafraîchir l'image de notre entreprise pour la mettre à jour ! Le changement de notre identité visuelle intervient dans un contexte local qui connaît une évolution. L'entreprise est appelée à se positionner de plus en plus comme une institution employant plus de 1 000 employés, une entreprise qui contribue à l'économie nationale et qui souhaite se démarquer de ses marques phares telles que Phoenix®, Coca-Cola®, Crystal®, Pearona®, Guinness® ou encore Smirnoff Ice®. Ainsi, de cette image, indépendante de nos produits, nous pourrons communiquer à toutes les parties prenantes en tant qu'entité 'Phoenix Beverages' et aussi sur nos projets communautaires.* ».

[Une stratégie globale pour les prochaines années](#)

Les valeurs de *Phoenix Beverages* sont reflétées par cette nouvelle image innovante et dynamique. L'entreprise a toujours été l'une des plus créatives à Maurice, surtout avec le lancement de nouveaux produits et l'ouverture vers de nouveaux marchés dans la région. Néanmoins, le service et la satisfaction de la clientèle ont toujours été les principales préoccupations de *Phoenix Beverages*.

Cette nouvelle image, en ligne avec la politique de l'entreprise, est la première étape d'une stratégie globale pour *Phoenix Beverages* qui s'étale sur les cinq prochaines années. Les grands axes de ce plan directeur sont comme suit : la politique environnementale et sociale et les ressources humaines.



Politique environnementale : Phoenix Beverages a élaboré sa vision et ses objectifs en matière d'environnement et de développement durable. Les *Key Business Indicators*, tels que la consommation d'eau et d'électricité, les déchets résiduels et le pourcentage de recyclage, ont été retenus pour les différents aspects écologiques de ses activités. Plusieurs actions ont été initiées par la compagnie, notamment l'installation des *energy saving window film*, pour réduire la chaleur dans les bâtiments de l'entreprise et diminuer ainsi la consommation de l'électricité ; l'utilisation de l'eau de pluie pour laver sa flotte de véhicules ; le recyclage des résidus organiques (drèches) ou encore le recyclage du verre et du papier qui sont réutilisés par la *Mauritius Glass Gallery*, une des filiale du groupe. Phoenix Beverages contribue également à la récupération du plastique à travers son partenaire Polypet.

La compagnie a par la même occasion revue sa stratégie d'optimisation de ressources en carburant. Ainsi une partie de sa flotte de véhicule est dotée de moteurs de dernière génération qui sont à la fois économiques et écologiques.

Politique sociale : Phoenix Beverages a longtemps été un acteur actif dans le social, notamment dans le domaine de la santé, de l'éducation et du sport. Elle a contribué pour améliorer les infrastructures de la salle de radiographie de l'hôpital de Candos et soutient aussi l'ONG *Link To Life* pour sensibiliser la population sur le cancer du col de l'utérus. Phoenix Beverages s'est aussi engagé dans un projet intégré qui lie la protection de l'environnement à travers le recyclage et la santé avec l'école ZEP de Candos et celle d'Albion. La société offre chaque jour une bouteille d'eau Crystal® aux enfants de cette école. Ces derniers sont encouragés à ramener ces bouteilles qui sont ensuite récupérées et rachetées par Polypet pour le recyclage. L'argent est ensuite versé à l'école pour ses activités environnementales.

Phoenix Beverages soutient aussi l'Association de Football dans le but de promouvoir ce sport à Maurice.

Politique en ressources humaines : La politique pour le bien-être des ressources humaines demeure une des priorités de la compagnie. Outre la formation continue de son personnel, la sécurité des employés sur ses différents sites reste une priorité pour elle. A travers différents comités la société œuvre en concertation avec les employés pour l'amélioration de l'environnement au travail.



[Les éléments composants cette nouvelle identité](#)

La nouvelle identité de *Phoenix Beverages*, qui reflète la fraîcheur et le perpétuel mouvement de cette entreprise, est inexorablement lié à son domaine d'activité : les boissons. L'image reprend les formes de l'oiseau (le phénix) qui a toujours représenté le renouveau et la renaissance alors que les couleurs utilisées reflètent l'énergie de l'entreprise et son ancrage dans un contexte moderne et frais.

La nouvelle identité visuelle restitue non seulement l'essence du concept 'rafraîchissant' des boissons de *Phoenix Beverages* mais elle promeut également cette notion de service, notamment celui du personnel dédié au consommateur.

[L'analyse du logotype de Phoenix Beverages](#)

Le logotype de la nouvelle identité est composé d'une typographie moderne et d'une icône. La typographie du H en forme de bec de phénix avec effet 3 dimensions (3-d), souligne l'aspect avant-gardiste de l'entreprise. La compagnie a opté pour un nom plus court , *Phoenix Beverages* et non *Phoenix Beverages Limited* (le nom de l'entité légale reste inchangé). Cela permet une utilisation plus efficace de l'espace sur les différentes plateformes pour véhiculer la nouvelle identité.

[Couleur\(s\)](#)

La typographie en noir, fort utilisé par les institutions, est rassurante. Le bleu rappelle la couleur de l'eau qui est l'élément commun de toutes les boissons de *Phoenix Beverages*. Conserver cette couleur dans le nouveau logotype assure ainsi une continuité.

[Les voies de renforcement de la marque](#)

Le Personnel ou les ambassadeurs de la marque

Cette remarquable équipe mauricienne est connue pour son sens de l'innovation et surtout son savoir-faire inégalé dans le brassage des bières de qualité et aussi dans l'embouteillage de produits de The Coca-Cola Company. Grâce au dynamisme de son personnel de vente et de livraison, la nouvelle identité de *Phoenix Beverages* sera véhiculée à travers l'île.



Un Réseau solide pour véhiculer la nouvelle marque

Ce sont plus de 80 camions et véhicules utilitaires de la distribution, arborant les nouvelles couleurs de *Phoenix Beverages*, qui desserviront plus de 9 000 points de ventes disséminés à travers l'île. Avec 700 personnes qui composent l'équipe de vente, le réseau de distribution de *Phoenix Beverages* est sans conteste une de ses forces pour véhiculer l'image de la compagnie.

Communication institutionnelle de Phoenix Beverages comme le spécialiste des Boissons

De l'eau au soda, en passant par la bière, le vin et autres spiritueux, *Phoenix Beverages* est devenue le spécialiste des boissons à Maurice, présente dans la vie des mauriciens pour éteindre leur soif. Au fil de ses 50 ans, ces boissons sont devenues des marques fortes, se distinguant chacune lors des activités institutionnelles, commerciales ou sociales. Aujourd'hui la compagnie productrice de ces marques souhaite harmoniser leurs activités commerciales et sociales sous une seule bannière afin qu'elles suivent la vision et les valeurs de *Phoenix Beverages*. Une campagne institutionnelle est prévue pour mieux faire connaître la compagnie comme le spécialiste des boissons, qu'il s'agisse d'eau, de soda, de bière, de vin ou de spiritueux.

Phoenix Beverages le garant d'une tradition de Qualité et d'Innovation

Phoenix Beverages œuvre jour après jour pour honorer son engagement envers ses consommateurs. Le sens de l'innovation de son personnel et aussi le maintien constant du niveau de qualité de ses produits sont le résultat d'un travail continu au sein de *Phoenix Beverages* qui, aujourd'hui encore, tient sa promesse. Les distinctions internationales octroyées à ses produits sont un gage de la qualité sur la durée. Les récompenses sont légion, par exemple celles décernées par Monde Selection aux bières Phoenix et Stella Pils et au Phoenix Cider sans alcool. De plus, l'octroi de la licence pour brasser la bière brune Guinness®, produit de la firme internationale Diageo ou encore la certification HACCP par *The Coca-Cola Company*® prouvent que *Phoenix Beverages* a à cœur la qualité de ses produits. En tant que spécialiste des boissons, elle continue de proposer de nouvelles saveurs à sa clientèle. Parmi ses créations, on retrouve *Pearona*®, *Phoenix Fresh*® et *Phoenix Cider*®. Avec cette nouvelle identité visuelle, *Phoenix Beverages* pourra mieux axer sa campagne institutionnelle pour promouvoir la notion de qualité à l'ensemble de ses produits et services.

La nouvelle identité visuelle a été réalisée par l'agence Black Martini. L'exercice a nécessité plusieurs mois de travail et a été réalisé grâce à l'apport de plusieurs parties, tant internes qu'externes à l'entreprise. Le dévoilement du nouveau logo a été fait à l'ensemble du personnel alors qu'une campagne interne a été lancée pour le renforcement de la notion des valeurs de l'entreprise.



A propos de Phoenix Beverages

Situé à proximité du rond-point de Pont-Fer, où un phénix en bronze juché sur un plant de Vacoas veille sur la circulation, *Phoenix Beverages* est connu de tous les Mauriciens et à travers ses produits, présents dans tous les foyers à Maurice. Avec plus de 1 000 employés, des revenus de Rs 3.7 milliards, des profits de Rs 164 millions en 2011 et 1.2 million d'hectolitres de boissons livrés à plus de 9 000 points de ventes à travers l'île, *Phoenix Beverages*, est l'une des principales entreprises du pays. Elle figure en 24^e position au classement 2011 des Top 100 Companies, elle est sans conteste le leader sur ce marché à Maurice.

Les activités de la compagnie s'étendent également dans la région avec l'exportation de ses boissons. *Phoenix Beverages* détient également 20 % des actions de United Breweries Lanka Ltd, une brasserie au Sri Lanka.

PBL a investi quelque Rs 700 millions pour lancer NBM, une brasserie à Madagascar en partenariat avec la société belge Unibra.

Phoenix Beverages est la première et plus grande brasserie de Maurice. Elle est également l'embouteilleur officiel de *The Coca-Cola Company* à l'île Maurice.

Enregistrée en 1961 et cotée à la Bourse de Maurice depuis 2003.

Outre la très populaire Phoenix[®], brassée depuis 1963, la Stella Pils[®] depuis 1964 et la Blue Marlin[®], lancée en 1990, la compagnie produit également sous licence la Guinness[®] depuis 1975. La gamme de produits de *Phoenix Beverages* comprend également Smirnoff Ice[®] et des boissons non alcoolisées telles que *Malta Guinness[®]*, *Pearona[®]*, et *Phoenix Cider[®]*.

Pour plus d'information, merci de contacter

Vincent Potage
Public Relations Executive
Blast Communications Ltd
Tel : (+230) 213 1888
Cell : (+230)2528105
Fax : (+ 230) 211 7241
Mail : vincent@blast.mu

phoenix beverages limited
pont fer • phoenix • mauritius
t +230 601 2000 • f +230 686 6920 • e pbl@pbg.mu

A member of **GML**

limonaderie • brasserie • vins et spiritueux • distribution et services

