



Mine d'infos

L'ACTUALITÉ DU SEL SIGNÉE ESCO

N°9 JUILLET 2011

CERTIFICATION

LA QUALITÉ DANS TOUS SES ÉTATS

L'année 2011 est vraiment une grande année qualité pour esco france ! Pas moins de cinq certificats ou attestations ont été obtenus ou renouvelés.



Rares sont les produits qui sont aussi multi-marchés que le sel. Tous les domaines d'applications de nos produits possèdent leurs propres réglementations et référentiels, auxquels s'ajoutent les exigences spécifiques de certains de nos clients. Seule la norme ISO est transverse. D'où une réelle complexité dans la gestion de la qualité pour esco france : les sites de Dombasle accueillent fréquemment plusieurs audits par mois !

L'organisme de certification DQS a procédé en avril dernier à une série d'audits qui l'ont conduit à renouveler nos certificats ISO 9001 : 2008 et IFS Food version 5. Pour ce dernier, demandé par la grande distribution pour les produits alimentaires à marque de distributeur, esco france a même amélioré sa notation avec 98,77%* tout en conservant le niveau supérieur. Par ailleurs le DQS a renouvelé pour l'ensemble des sites en Europe son attestation HACCP (sécurité alimentaire) concernant la mise en place dudit système.

Le sel pharmaceutique a dans le même temps fait l'objet d'une inspection par l'AFSSAPS vérifiant la conformité aux Bonnes Pratiques de Fabrication requises. La vraie nouveauté est l'obtention du certificat de conformité à la pharmacopée européenne, dit CEP, édité par la Direction Européenne de la Qualité du Médicament (EDQM) et vérifiant la conformité des substances à usage pharmaceutique, celui-ci facilitant ainsi l'enregistrement des médicaments pour nos clients.

Être présent en qualité sur tous les marchés du sel, même les plus exigeants, est bien notre ambition.

* 98,65% en 2010

DQS : Deutsche Gesellschaft zur Zertifizierung von Managementsystemen

IFS : International Featured Standard

HACCP : Hazard Analysis Critical Control Point

AFSSAPS : Agence Française de Sécurité Sanitaire des Produits de Santé

CEP : certificat de conformité à la pharmacopée européenne

EDQM : European Directorate for the Quality of Medicines



édito

par **Philippe COUSON**
Président esco france

En tension

Dix-huit mois de stock zéro ! De mémoire de salinier, nous n'avions jamais vécu cela. Les deux hivers rigoureux qu'a connus l'Europe ont précipité le marché du sel dans une situation extrêmement tendue. Le sel de déneigement n'est pas le seul concerné : la pénurie a provoqué un report en masse des achats vers d'autres segments de marché, tels que les sels industriels, alimentaires et de table, désorganisant aussi ces segments. Dans ce contexte difficile, la stature mondiale de la branche sel de K+S, acquise en 2006 avec le chilien SPL et en 2009 avec l'américain Morton Salt reste un atout. Elle nous a permis d'importer du sel du Chili, des Bahamas, et prochainement du Québec pour répondre à la demande de sel de déneigement de pré-saison. Nous investissons dans une extension de capacité sur notre site de Dombasle, ce qui devrait nous permettre de produire au moins 30 000 tonnes supplémentaires par an dès le 1^{er} semestre 2012. Cependant, produire du sel ne suffit pas, encore faut-il pouvoir vous livrer nos produits. Avec la crise du transport routier, particulièrement aigüe dans le sud de la France, même l'acheminement pose problème ! Croyez bien que malgré les désagréments que cette situation peut vous causer, nous mettons toute notre énergie à reconstituer nos stocks. Avec une incertitude de taille, sur laquelle nous n'avons aucune prise : la météo de l'hiver prochain...

ACTIVITÉ

Chiffre d'affaires 2010
(en millions d'euros)

GRUPE K+S
4.993,8 M€ soit +39.7%*

esco groupe
511,9 M€ soit +27.8%*

esco france
69,5 M€ soit +6.7%*

* versus 2009

MARQUES



AXAL
PdM GSA (HM+SM) : 85,5% en volume.

Toujours largement dominante sur le marché national des pastilles de sel pour adoucisseurs d'eau, la marque au sac orange est incontestablement la marque de référence du marché. Source GfK P8/10



Cérébos
une marque de légende

Sa ligne épurée fait écho à la pureté du produit... Le nouveau logo Cérébos raconte une histoire d'amitié, celle de l'enfant et de l'oiseau, et nous fait entrer dans la légende d'une marque née en 1902.

ÉVÉNEMENT UNE NOUVELLE IMAGE POUR CÉRÉBOS...



... Ou comment réenchâter une marque de légende... Les consommateurs n'attendaient que ça ! Une étude a montré qu'ils étaient sensibles à l'histoire de Cérébos, à sa dimension patrimoniale, et avaient envie d'être séduits.

esco france a donc repositionné sa marque en revisitant son identité graphique : bleu nuit profond, logo épuré, silhouette d'enfant modernisée, gestuelle très lisible qui illustre le bénéfice final de vitalité et de gaieté. En réinventant la relation de l'enfant et de l'oiseau, Cérébos nous entraîne dans un imaginaire riche et évocateur : un atout de poids pour revaloriser la marque sur un marché banalisé, où les MDD ont une part importante des volumes. Quel bel objet dans la cuisine... Bienvenue dans un monde de légende !



LANCEMENT DES ACTIONS DE COMMUNICATION À LA HAUTEUR DE L'ENJEU

Pour soutenir le relancement de Cérébos, esco france a choisi d'investir comme jamais dans l'histoire de la marque.

En mars 2011, une campagne d'affichage a été déployée sur le réseau Clear Channel dans les galeries commerciales (2 826 faces), ce qui correspond à 117,2 millions de contacts. "Une pincée de légende dans votre quotidien", telle est la promesse, tandis que l'enfant et l'oiseau évoluent librement dans l'image. Un partenariat avec l'association Petits Princes sous la forme d'un concours de dessins permet à Cérébos de réaliser les rêves des gagnants du concours ainsi que ceux d'enfants malades. L'opération est relayée sur le site internet entièrement revu, www.cerebos.fr, et sur les barquettes "prêt-à-vendre" installées en rayons : elles multiplient les points de rencontre avec les consommateurs.



FLASH BACK

IL ÉTAIT UNE FOIS CÉRÉBOS...

En 1902, Cérébos inventait la boîte verseuse. Depuis, pas moins de onze packagings différents se sont succédés, d'abord à l'emblème de Cérés, déesse des moissons, pour aujourd'hui raconter la légende de l'enfant et l'oiseau...

"Il était une fois... un petit garçon malade qui refusait de prendre son remède, trop fade. Un oiseau, recueilli par l'enfant, alla chercher le sel le plus pur et le déposa dans le remède, permettant à l'enfant de guérir.

Ainsi naquit une longue amitié entre l'enfant et l'oiseau.

Depuis 1902, le sel Cérébos apporte de la pureté et de la saveur à tous les éléments essentiels à la vie".



2011



1902

1962

1972

1991

2002

esco Mine d'infos

N°9 JUILLET 2011

Directeur de la publication : P. Couson

Comité de rédaction : S. Gousset, I. Aliaga et E. Michel

Crédit photos : Nicolas Edwige

Design graphique : tard dans la nuit.com