

27.01.2016 - 22:00 Uhr

## Une nouvelle ère pour Rivella



### Rothrist (ots) -

Rivella fera peau neuve au printemps 2016. En collaboration avec Yves Béhar, designer de renommée internationale, Rivella SA a complètement repensé l'identité visuelle de la marque suisse.

La nouvelle identité visuelle qui fera son apparition au printemps 2016 se veut plus jeune et dynamique. L'entreprise n'en reste pas moins fidèle à son histoire, dont les premières lignes ont été écrites il y a plus de 60 ans. Ce lien entre tradition et renouveau a été au centre du travail de réflexion sur la modernisation de la marque que Rivella SA a confié au fameux designer romand Yves Béhar. Fondateur et CEO de l'agence fuseproject, basée à San Francisco, il s'est inspiré de ses propres origines tout au long de sa mission: «Nous avons pas mal de points communs, Rivella et moi. Nous avons de fortes origines suisses, synonymes de vie active et de riche tradition culturelle. Ces origines, la nouvelle marque Rivella les met clairement en évidence.»

### Design de produit moderne

Le nouveau design incarne la Suisse moderne de façon tout à fait unique. La texture de la bouteille et ses lignes très distinctives symbolisent les montagnes suisses et confèrent une prise optimale. Le même motif de la croix a été repris dans l'étiquette et parfaitement aligné sur la texture de la bouteille. La police de caractères, toujours en italique et dans le rouge Rivella traditionnel, se veut dynamique et optimiste.

Sur tous les produits Rivella, l'accent est mis désormais sur une structure de marque unique. Les deux grands classiques que sont «Rivella Rouge» et «Rivella Bleu» constituent la pierre angulaire de la marque, avec leur bouteille brune traditionnelle. «Rivella Vert» s'appelle à présent «Rivella Thé vert» et fait partie des variétés aromatiques de la famille, avec les boissons fruitées «Rivella Pêche» et «Rivella Rhubarbe». Ces boissons sont présentées dans une bouteille transparente, chaque boisson étant aisément identifiable à sa couleur. La composition proprement dite des boissons demeure inchangée.

Le rajeunissement de l'identité visuelle arrive à point nommé pour Erland Brügger, Directeur général de Rivella SA: «Depuis notre fondation en 1952, la Suisse a aussi beaucoup changé. Nous vivons aujourd'hui dans un monde très ouvert où la diversité sociale et culturelle joue un rôle important. La nouvelle identité visuelle de Rivella tient compte de cette évolution.»

### Innovation technique

Rivella emprunte également de nouvelles voies dans la production des bouteilles et des étiquettes, comme l'explique Heinz Hohl, responsable Supply Chain de Rivella SA: «Nous avons une vision et nous sommes parvenus à la mettre en oeuvre après des discussions intensives, avec nos fournisseurs notamment.» Il évoque entre autres les nouvelles étiquettes estampées, qui constituent le grand pôle d'attraction des nouvelles bouteilles. «Cela n'a jamais été fait dans le secteur des boissons, c'est une réelle innovation. Le plus grand défi à relever était le parfait positionnement des bouteilles durant le processus de production, de manière à garantir une application toujours très précise des étiquettes.»

Le nouveau design de Rivella sera lancé partout en Suisse au printemps 2016. Vous trouverez de plus amples informations sur le design Rivella sur le nouveau site Web du fabricant de boissons: [rivella.ch](http://rivella.ch).

Communiqué de presse, photos de presse et vidéo sous [www.photopress.ch/image/rivella](http://www.photopress.ch/image/rivella).

### À propos de Rivella

Rivella figure parmi les dix marques les plus fortes de Suisse. La boisson est fabriquée depuis 1952 par l'entreprise familiale suisse du même nom et est devenue un pilier de l'identité sociale et culturelle du pays. À Rothrist, Rivella SA produit des boissons rafraîchissantes telles que Rivella et Passaia ainsi les jus de fruits Michel. Chaque année, l'entreprise écoule 100 millions de litres de boissons pour un chiffre d'affaires de 140 millions de francs suisses (chiffres 2014). Rivella s'engage depuis des décennies dans

le domaine du sport de haut niveau et de loisirs et soutient chaque année des centaines de manifestations.

Pour plus d'informations: [www.rivella.ch](http://www.rivella.ch)

À propos d'Yves Béhar

Originaire de Lausanne, Yves Béhar est actuellement l'un des designers les plus demandés au monde. Il est le fondateur et le CEO de la célèbre agence fuse project, basée à San Francisco. Avant de se voir confier la refonte de l'identité visuelle de Rivella, il a notamment été en charge du relancement global de Nivea.

Pour plus d'informations: [www.fuseproject.com](http://www.fuseproject.com)

Contact:

Personne de contact chez Rivella: Monika Christener, Communication d'entreprise, téléphone 062 785 41 11, mobile : 079 602 08 27, [monika.christener@rivella.ch](mailto:monika.christener@rivella.ch).

#### Medieninhalte



*Entwicklung der Rivella Flasche seit 1952 bis heute. Développement de la bouteille Rivella depuis 1952. Texte complémentaire par ots et sur [www.presseportal.ch/fr/nr/100001178](http://www.presseportal.ch/fr/nr/100001178) / L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Publication sous indication de source: "obs/Rivella AG/Rivella SA"*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100001178/100783300> abgerufen werden.