

Publié le 12 mai 2017

Limona de Soultzmatt : une réussite qui coule des Sources

Au cœur des Vosges, les Sources de Soultzmatt ne se contentent pas de mettre de l'eau sur la table des Alsaciens depuis 1853. Elles produisent aussi une limonade qui, à bientôt 50 ans, se vend plus que jamais « plein gaz » !



C'est de là que provient le nom du village : « Sultz matte », autrement dit le « pré de la source salée ». Repérées dès le XIIIe siècle, 5 sources affleurent ici, mises au jour au XVIIe avant d'être autorisées de commercialisation en 1853. De l'eau minérale **Nessel** à l'eau de source **Lisbeth**, plate ou gazéifiée, cela fait donc des siècles que Soultzmatt puise sa renommée – ainsi qu'une part de ses revenus – à l'or bleu sourdant sous ses pieds.

La commune – fondatrice en 1952 de la régie municipale des Sources de Soultzmatt qui deviendra [Sem des Sources de Soultzmatt](#) en 1991 – aurait donc pu se contenter de ces bienfaits naturels. Mais en 1969, elle se jette à eau, sur le marché de la limonade !

Une soif continue d'innovation

Condensé de produits du terroir, depuis l'**eau de source vosgienne** jusqu'aux **betteraves Erstein** pur sucre alsaciennes en passant par les arômes venus tout spécialement de Grasse, la « **Liness** » **des Sources** table immédiatement sur la qualité et l'authenticité... Un pari qui lui permet de caracoler aujourd'hui **en tête des limonadiers artisanaux**, au moment même où l'ancienne boisson, un temps concurrencée par les softs drinks internationaux, fait un retour remarqué dans les verres !

D'abord classique, aux arômes de citron ou d'orange, puis au fil du temps un brin plus excentrique, comme la Cramberry-Lime, « *la limonade porte désormais 50 % du chiffre d'affaires de la société, avec 12 millions de bouteilles annuelles* », énonce le directeur général de la Sem, **Jacques Sérillon**. Mieux encore : « *20% du CA sont réalisés à l'export dans 28 pays différents, États-Unis en tête, mais aussi au Canada, au Japon ou encore en Hollande...* », ajoute-t-il.

Récemment honorée par le trophée « Coup de cœur » de la CCI Alsace, cette réussite commerciale dévoile aussi une sacrée dynamique de recherche et développement puisque, si les goûts et les couleurs ne se discutent pas, il s'agit bien ici de toujours savoir y répondre : plus acide, moins sucré, aux fleurs ou bio... Et c'est ce à quoi la Sem s'emploie quotidiennement, appuyée sur ses 36 collaborateurs dont l'expertise constitue, à coup sûr, l'adjuvant le plus indispensable de ces bouteilles pétillantes... d'innovation.