

# 2024

Une année  
record

Spadel

# 2024, une année historique



MARC DU BOIS  
CEO  
SPADEL GROUP

## Quels sont les principaux chiffres que vous retenir de l'année 2024 ?

J'en retiens surtout un. Nos volumes ont dépassé pour la première fois le cap symbolique du milliard de litres. Toutes nos marques, Spa, Bru, Carola, Wattwiller et Devin, ont été en croissance en 2024. C'est donc la contribution de chacune d'entre elles qui nous a permis de dépasser ce fameux cap du milliard. Ce qui est d'autant plus remarquable, c'est que cette année exceptionnelle s'est construite sans coup de chaleur ni canicule dans le Benelux et en France, qui représentent pourtant plus de 60 % de notre volume.

## Quels sont les éléments qui ont permis de générer de pareilles croissances ?

J'en vois plusieurs. Le premier, c'est notre business model. Spadel est une société multilocale, composée de marques régionales très fortes. Nous avons renoncé à la grande exportation pour imposer nos marques comme des acteurs quasiment incontournables dans leurs zones de chalandise privilégiées, soit 500 kilomètres autour de leurs sources.

Il y a ensuite l'innovation. En 2024, nous avons lancé la marque de boissons énergisantes Zyla, les mocktails dans le segment des eaux pétillantes aromatisées, de même que la Spa Fountain pour viser le marché des bureaux.

Nous avons également récolté les fruits de nos innovations précédentes. Je pense, par exemple, aux eaux fonctionnelles de Devin ou bien à la Fontaine Wattwiller.

Le troisième élément de notre succès tient à la vision de Spadel en matière de durabilité, un domaine dans lequel nous sommes aujourd'hui reconnus en tant que leader. Par ailleurs, il convient également de préciser que nous avons bénéficié de certains développements qui ont joué en notre faveur. Il y a eu la baisse de la fiscalité sur les eaux embouteillées aux Pays-Bas, par exemple, tandis qu'elle a été majorée sur les boissons sucrées. Cela a permis de faire basculer le choix de certains consommateurs.

## On peut donc dire que les astres se sont alignés en 2024 ?

Je pense surtout que l'année qui vient de s'écouler a démontré que la vision stratégique qui nous anime depuis dix ans est la bonne. A l'époque, nous avons choisi de nous démarquer en misant uniquement sur les boissons saines et naturelles, en renonçant à l'exportation et en jouant plus que jamais la carte de la protection et la restauration de la nature et la biodiversité. J'ai souvent dit qu'on devait devenir une entreprise unique et incomparable. Et tout doucement, on va dans cette direction. En nous démarquant, nous sommes également parvenus à conforter notre raison d'être et nos valeurs.

## Lorsque vous regardez l'année 2024, qu'est-ce qui vous rend le plus fier ?

Sans hésitation, je dirais l'engagement et l'engouement de l'ensemble des équipes. Elles n'ont jamais lâché, du premier jusqu'au dernier jour. C'est en travaillant tous ensemble que nous sommes parvenus à atteindre

ce cap du milliard de litres. Lorsque nous y sommes arrivés, cela a été une grande fierté et une énorme satisfaction pour tout le monde.

## Quelles sont vos prévisions pour 2025 ?

L'objectif est de rester dans la continuité du succès de 2024. Bien sûr, on ne peut jamais prévoir ce qui se passera au niveau géopolitique en Europe et dans le monde, mais notre ambition est de poursuivre sur la même lancée, notamment en nous appuyant intelligemment sur les Eco Pack, la Fontaine Wattwiller et Zyla, mais aussi en lançant une nouvelle gamme de limonades chez Devin. Tous ces éléments vont nous aider à pousser nos parts de marché, qui sont en croissance partout. On va aussi continuer à investir dans nos sites industriels. Nous prévoyons une nouvelle ligne de production et un nouvel espace de stockage en Bulgarie, par exemple, ce qui va nous permettre de mieux répondre à la forte croissance de la demande sur ce marché.

## Comptez-vous toujours investir dans un nouveau pays ? C'est prévu pour 2025 ?

Nous restons à l'affût, mais certainement pas à n'importe quel prix. Avant de pouvoir acheter quelque chose, il faut d'abord avoir en face de soi un vendeur qui répond à l'ADN du groupe Spadel. Si jamais l'opportunité se présente de racheter une marque régionale forte, avec des ressources hydriques correctement gérées et protégées, nous n'hésiterons pas. Mais il faut laisser le temps au temps.

L'année qui vient de s'écouler a démontré que la vision stratégique qui nous anime depuis dix ans est la bonne.

**1.070,9**  
**millions de litres**  
**vendus en 2024**  
**(+9,1% vs 2023)**

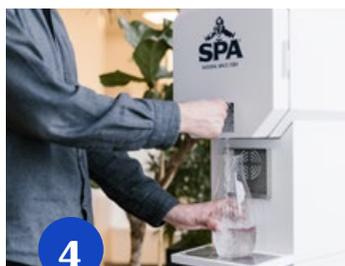
# Faits marquants 2024



2

Février

Spadel se lance sur le marché des boissons énergisantes naturelles et moins sucrées avec sa nouvelle marque **Zyla**. Disponible en trois types d'énergie (Boost, Vitality et Focus), Zyla vise avant tout les jeunes adultes actifs entre 25 et 35 ans.



4

Avril

Avec Spa Fountain, fonctionnant avec des Eco Packs de 10L de Spa Reine, Spadel s'attaque au marché belge des fontaines à eau pour bureaux. Le groupe ambitionne d'en conquérir 25%.



5

Mai

Pour la 38<sup>ème</sup> année consécutive, Spa sponsorise les 20 km de Bruxelles. Parmi les 50.000 participants, 250 collaborateurs, ainsi que leurs familles et amis.



3

Mars

Premières bouteilles en **PET 100 % recyclé** (rPET) pour Devin Mineral et Spring, en format 50 cl.



Et de 10 pour la gamme d'eaux gazeuses aromatisées sans sucre de Carola ! Le goût cerise, choisi par les consommateurs et les salariés de Carola, vient s'ajouter à la gamme.



6

Juin

Passion Fizz et Mojito, deux nouvelles boissons au vrai goût de mocktails, mais sans sucre et sans calories, font leur entrée dans la grande famille des eaux aromatisées Spa Touch.



9

Septembre

Devin lance un projet sur trois ans de conservation des tourbières des lacs de Chairski. Ce projet, dont l'objectif est de créer des capsules de biodiversité dans la région des Rhodopes, vise à protéger et restaurer les écosystèmes naturels.



10

Octobre

Les Grandes Sources de Wattwiller lancent le projet « Forêt Munster 2100 » en association avec le Parc naturel régional des Ballons des Vosges et des experts locaux afin d'y favoriser la biodiversité et le cycle de l'eau.

La campagne « Enter the Green Circle » lancée par Devin avec Blue Flag afin de promouvoir l'éducation à l'environnement attire un nombre record d'écoles : 216 (+30 % sur un an).



11

Novembre

De nouveaux travaux de restauration écologique sont lancés sur la zone de l'ancienne Ferme de Malchamps à Spa dans le cadre d'un partenariat public privé avec le Parc naturel des Sources, la Ville de Spa et le Département Nature et Forêts de la Région wallonne.



Wattwiller et Coopérative U remportent un FEEF d'Or de la Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France pour la Fontaine 5L, qui connaît un grand succès auprès des consommateurs (+11% en volume, +8% d'acheteurs).



Des centaines d'employés de Spadel participent au Positive Impact Day. Mention spéciale aux usines de Spa et Bru, dont le travail a permis de remettre un chèque de près de 90.000 € aux Restos du Cœur de Liège.



12

Décembre

A l'occasion des fêtes de fin d'année, Bru met sur le marché des bouteilles en édition limitée signées par l'artiste belge Denis Meyers. Les mots soigneusement sélectionnés affichent la force locale de la marque.

# Chiffres clés

## Une stratégie basée sur des marques régionales fortes

### Chiffres financiers

Chiffre d'affaires  
**379 mio €**  
(+9,7% vs 2023)

Bénéfice avant impôts  
**51,6 mio €**  
(+42% vs 2023)

Dividende net/action  
**2,24 €**

Ebit  
**48,6 mio €**  
(+49% vs 2023)

Ebitda  
**71,3 mio €**  
(+25,5% vs 2023)

Investissements  
**23,5 mio €**  
(+8,8% vs 2023)

**No. 1**  
du marché des eaux  
embouteillées au BeNeLux

**Leader régional**  
en Alsace

**Leader national**  
en Bulgarie

### Chiffres non financiers

**-12,6%**  
d'empreinte plastique relative  
vs 2018

**5,17%**  
de notre résultat net a été  
distribué afin de soutenir  
des partenaires locaux et des  
actions locales de solidarité

**1**  
projet visant à restaurer la  
biodiversité dans chaque pays  
où Spadel est actif

**48%**  
des fournisseurs de Spadel  
ont des objectifs de réduction  
de leur empreinte carbone  
basés sur la science

- 1 Siège social du **groupe Spadel** (Bruxelles, Belgique)  
**SPA BeNeLux** (Bruxelles, Belgique)
- 2 **SPA BeNeLux** (Made, Pays-Bas)
- 3 **Devin EAD** (Sofia, Bulgarie)

#### BRU

**BRU-CHEVRON**  
Lorcé, Belgique  
Eau minérale naturelle

**26** Collaborateurs  
**31,4** millions de litres  
**2** lignes de production

#### Carola

**Eaux minérales de  
Ribeauvillé**, France  
Eau de source  
Eau aromatisée

**58** Collaborateurs  
**55,1** millions de litres  
**2** lignes de production

#### WATTWILLER

**Grandes sources de  
Wattwiller**, France  
Eau minérale naturelle

**53** Collaborateurs  
**83,2** millions de litres  
**1** ligne de production

#### SPA

**SPA Monopole**  
Spa, Belgique  
Eau minérale naturelle  
Eau aromatisée  
Limonade

**477** Collaborateurs  
**499,2** millions de litres  
**8** lignes de production

#### DEVIN

**Devin**, Bulgarie  
Eau minérale naturelle  
Eau de source  
Eau aromatisée

**610** Collaborateurs  
**398,6** millions de litres  
**6** lignes de production

# Des produits sains, naturels et **locaux**



**SPA®**

De la Spa® Reine aux bulles puissantes de la Spa® Intense en passant par la subtilité de Spa® Finesse, sans oublier les saveurs légèrement fruitées des eaux aromatisées et mocktails Spa® Touch et les limonades Spa® Fruit, toutes les boissons Spa® sont 100 % d'origine naturelle, sans conservateurs ni colorants artificiels, et faible en calories.

Avec l'innovation Spa Reine Eco Pack 5l et 10l, un emballage qui rencontre un grand succès auprès des consommateurs, Spa s'engage encore davantage pour l'environnement.

[www.spa.be](http://www.spa.be)



**BRU®**

L'eau de BRU® jaillit naturellement pétillante. L'équilibre minéral parfait entre calcium et magnésium et sa faible teneur en sel lui confèrent un goût unique, idéal pour mettre en valeur la gastronomie.

[www.bru.be](http://www.bru.be)



**ZYLA®**

Zyla®, c'est l'innovation 2024 de Spadel : trois boissons énergétiques - chacune conçue pour apporter un niveau précis d'énergie : Boost, Focus et Vitality - avec 100% d'ingrédients d'origine naturelle (jus de fruits concentrés, arômes naturels et extraits végétaux, comme le ginkgo biloba, le guarana ou le gingembre) qui allient la vitamine C, la caféine issue de grains de café vert et le sucre de betterave.

[www.zyladrink.com](http://www.zyladrink.com)



**CAROLA®**

L'eau de source Carola® est puisée dans le Parc naturel régional des Ballons des Vosges et fait véritablement partie du patrimoine local alsacien. On la déguste aussi bien à la maison qu'au restaurant.

Tout le monde dit la Carola® bleu, rouge ou vert, car elle se décline en eaux plates et en eaux fortement et finement pétillantes. Sans oublier les Carola® aromatisées, 100 % naturelles et sans sucre ajouté. Son territoire préservé des Vosges lui confère sa pureté originelle.

[www.carola.fr](http://www.carola.fr)



**WATTWILLER®**

Eau minérale naturelle, sans nitrate, pauvre en sodium et faiblement minéralisée, la Wattwiller® convient tout simplement à ceux qui veillent à leur équilibre alimentaire. Wattwiller®, disponible en versions eau plate, eau finement pétillante et eau fortement pétillante, met en valeur les saveurs qu'elle accompagne.

Avec la Fontaine 5l, Wattwiller s'engage encore davantage en faveur de l'environnement.

[www.wattwiller.com](http://www.wattwiller.com)



**DEVIN®**

Issue des montagnes des Rhodopes, Devin®, disponible en eau minérale naturelle et en eau de source, convient à tous les goûts. Avec Devin® Minéral, Devin® Spring et Devin® Air, Devin® est le leader du marché en Bulgarie.

L'innovation Devin® Vitamins & Minerals, sans colorants artificiels, faible en calories et avec des goûts doux de fruits, élargit la catégorie des eaux minérales et contribue à un style de vie sain.

[www.devin-bg.com](http://www.devin-bg.com)

# Une **année de croissance** dans tous les canaux

## 2024 a été une année record à bien des égards. Comment expliquer cela ?

Les volumes ont augmenté pour toutes les marques de Spadel FBNL (France, Belgique, Pays-Bas, Luxembourg) dans les canaux Home et Out-of-Home.

Tout d'abord, la part de marché dans le canal Home a augmenté en raison d'une plus grande puissance de marque, d'innovations clés (mocktails Spa Touch, bagin-box Spa et Wattwiller, nouvelles saveurs Spa Fruit / Spa Touch / Carola, édition limitée Bru) et d'une distribution accrue.

Une croissance des volumes a également été constatée dans le canal Out-of-Home grâce à la distribution accrue de Bru / Carola dans le secteur hôtelier et à l'expansion dans de nouveaux canaux tels que le « At Work » grâce aux machines Spa Fountain.

En outre, la rentabilité s'est améliorée suite à la mise en œuvre de leviers de gestion de la croissance des revenus, notamment des promotions avec un meilleur retour sur investissement, une plus grande attention portée aux clients et aux produits rentables, une tarification visant à compenser l'augmentation du coût de l'activité (il suffit de penser aux bouchons attachés, par exemple), l'indexation automatique des salaires en Belgique et la hausse continue des coûts des ingrédients, de la logistique et des achats médias.

Autres points positifs, citons la productivité élevée de nos sites de production de Spa Monopole, Wattwiller, Carola et Bru, nos excellents niveaux de service client, nos équipes travaillant en étroite collaboration avec tous nos fournisseurs tout en maîtrisant les coûts de la chaîne d'approvisionnement, l'harmonisation des processus dans tous les pays et nos efforts continus d'automatisation et de numérisation.

Nous avons dû faire face à une perception négative de la catégorie des eaux minérales naturelles, principalement en France, ainsi qu'à l'augmentation des taxes imposées par le gouvernement néerlandais sur les eaux aromatisées et les limonades. Sans oublier des frais de collecte / recyclage plus élevés pour les entreprises et des réglementations exigeant, entre autres, l'intégration d'au moins 25 % de rPET.

## Quels sont les objectifs, les défis et les opportunités pour 2025 ?

Nous prévoyons de poursuivre notre parcours de croissance à deux chiffres en tant que référence pour ceux qui recherchent des modes de vie plus sains et naturels. Nous voulons nous en tenir à nos stratégies gagnantes, en continuant à créer de la valeur dans notre cœur de métier pour les consommateurs, les détaillants et Spadel, en restaurant la santé de certaines marques

qui ont connu des difficultés financières et en nous développant dans de nouvelles catégories et canaux.

Les défis auxquels nous sommes confrontés comprennent l'augmentation de 40 % des tarifs facturés par les sociétés de collecte et de recyclage, la pression fiscale constante des gouvernements, comme la taxe sur les déchets sauvages en Belgique, les augmentations importantes des coûts d'approvisionnement, l'intégration en année pleine de 25 % de rPET et la hausse des frais de vente et d'administration.

En termes d'opportunités, une forte dynamique est attendue pour l'eau de Spa sachant que nous entamons également la deuxième année de Zyla et des mocktails Spa Touch. Par ailleurs, l'attention accrue accordée à la qualité de l'eau du robinet pourrait également bénéficier à nos marques.

**+ 7,6 %**  
chiffre d'affaires  
BeNeLux (vs 2023)

**+ 6,7 %**  
chiffres d'affaires  
France (vs 2023)

Nous sommes la référence pour ceux qui recherchent des modes de vie plus sains et plus naturels.

**BART PEETERS**

GENERAL MANAGER  
BENELUX & FRANCE



## L'eau Spa Reine au bureau grâce à Spa Fountain

En 2024, Spadel a introduit Spa Fountain en vendant 200 machines à des petites entreprises. Pour 2025, le groupe vise le cap de 1.000 fontaines à eau installées. Un nouveau marché pour Spadel, avec l'objectif d'amener les bienfaits de l'eau minérale naturelle au marché des bureaux.



## Fontaine Wattwiller et Spa Eco Pack : des emballages plus écologiques

Lancé par le groupe Spadel en mai 2022, l'Eco Pack de 5 litres de SPA Reine connaît un succès croissant dans le Benelux. Ce contenant plus pratique et plus vert répond à un besoin de la part des consommateurs.

Spadel a étendu ce nouvel emballage au marché français, avec le lancement de la Fontaine Wattwiller de 5 litres.

En 2024, Spadel a également lancé un Eco Pack de 10 litres pour la SPA Reine, réduisant la quantité de plastique de 70% par rapport à un pack de 6 bouteilles d'1,5 litre et même de 76% par rapport à un pack de 6 bouteilles d'1 litre.

Les Eco Packs 5 litres et 10 litres, ainsi que la Fontaine Wattwiller 5 litres, sont des emballages 100% recyclables qui s'inscrivent dans la volonté de Spadel de proposer des emballages toujours plus circulaires à ses consommateurs.



POV: How I feel drinking from a fancy glass

## Bulgarie

# Leader grâce à l'innovation et à l'impact positif

## 2024 a été une année record à bien des égards. Comment l'expliquer ?

La réussite de Devin s'explique par notre engagement sans faille sur trois fronts : la poursuite de notre croissance, une communication efficace et la pertinence de nos produits pour répondre aux besoins du marché. Il ne s'agit pas seulement de se maintenir, mais de prospérer dans un environnement qui exige adaptabilité et innovation.

En 2024, nous avons assisté à un fort développement de la catégorie et à une premiumisation portée par des modes de vie sains, des innovations et des conditions météorologiques favorables. Si on ajoute cela à la mise en œuvre ciblée de nos priorités stratégiques, on retrouve les principaux moteurs de cette année record.

Nous avons vendu 400 millions de litres contre 350 millions de litres en 2023.

La forte demande a accéléré les transformations et les investissements nécessaires pour assurer l'avenir et nos ambitions. Nous avons investi 12 millions d'euros en 2024 et prévoyons de poursuivre avec 12 millions d'euros supplémentaires en 2025. Il s'agit d'un investissement considérable si l'on considère qu'à titre de comparaison, nous avons investi à peu près le même montant en Bulgarie depuis le rachat de Devin par Spadel en 2017. En deux ans, nous aurons donc investi autant que durant les six années précédentes.

## Quels sont les objectifs, défis et opportunités pour 2025 ?

En 2025, nous souhaitons développer notre activité principale et renforcer notre position de leader du marché des boissons grâce au lancement réussi des innovations prévues. Nous souhaitons également continuer à développer l'entreprise en tant que force au service du bien, en renforçant notre impact en tant que B Corporation et en servant de modèle de développement durable.

Devin reste néanmoins conscient des risques macroéconomiques et politiques.

L'entreprise fournit des produits naturels et de haute qualité, en mettant l'accent sur le développement de ses marques distinctives, en adoptant des stratégies de mise sur le marché centrées sur le client, en privilégiant l'excellence dans la mise en œuvre et en garantissant le bien-être de ses employés.

Plus précisément en 2025, cela signifierait :

- lancer avec succès la première limonade élaborée à base d'eau minérale Devin ;
- maintenir des marges saines ;
- maintenir notre position de leader en matière de développement durable en prenant différentes initiatives, notamment sur les emballages et la biodiversité sur nos sites
- maintenir le haut niveau d'engagement de nos collaborateurs. Nous devons incarner le changement que nous voulons voir dans le monde.

## Enter the Green Circle

2024 a été la troisième année scolaire pour « Enter the Green Circle », avec un nombre impressionnant de 216 nouvelles écoles et crèches de tout le pays prêtes à intégrer l'éducation écologique dans leur programme. Elles ont rejoint 37.000 élèves et plus de 1.300 enseignants de plus de 260 écoles bulgares déjà certifiées Eco Schools.



BORISLAVA NALBANTOVA  
GENERAL MANAGER DEVIN

En 2024 et 2025, nous aurons investi autant dans nos outils de production que durant les six années précédentes.

**+17,4 %**  
chiffre d'affaires  
Bulgarie (vs 2023)

**400 millions de litres**  
vendus en 2024

### Projet de biodiversité

La protection et la restauration des écosystèmes naturels constituent des étapes fondamentales dans la sauvegarde de l'environnement et du climat. C'est pourquoi nous avons créé « Les lacs Chairski : des capsules de biodiversité dans les montagnes des Rhodopes », un projet scientifique visant à la conservation et à l'entretien à long terme des tourbières de la région des Rhodopes occidentales, en partenariat avec la Fondation bulgare pour la biodiversité.



### Investissements majeurs dans l'activité bulgare

Les principaux investissements concernent la construction d'un entrepôt automatique à Devin et l'achat et l'installation d'une nouvelle ligne de production d'eau gazeuse.

Ces investissements sont essentiels pour limiter les risques de ruptures de stock et améliorer le niveau de service pour nos clients.



“Nous allons continuer à expliquer que les eaux minérales naturelles et les eaux de source sont strictement réglementées et protégées afin de garantir leur extrême qualité, ce qui les différencie de l'eau du robinet.”

Les consommateurs ont ainsi la certitude d'acheter un produit durable et respectueux de l'environnement.

### Quels sont les objectifs, les défis et les opportunités pour 2025 ?

Nous restons attentifs au plastic bashing. Nos Eco Packs Spa et Fontaine Wattwiller nous permettent de réduire considérablement notre empreinte plastique. Il en va de même des grands formats en PET et des bouteilles en verre consignées. En 2025, nous continuerons d'améliorer notre portefeuille d'emballages afin d'intégrer encore plus de circularité.

En outre, nous comptons investir davantage dans l'explication de la nature et des caractéristiques des différents types d'eau, car les consommateurs restent confus et n'ont pas une vision claire du sujet. Nous allons continuer à expliquer que les eaux minérales naturelles et

les eaux de source sont strictement réglementées et protégées afin de garantir leur extrême qualité, ce qui les différencie de l'eau du robinet.

Nos sources ne demeurent pas en reste. Dans un monde de plus en plus pollué, une attention toute particulière sera accordée à la protection de celles-ci afin de réduire au maximum les risques de contamination.

Nous souhaitons également nous concentrer sur les VUCA - volatilité, incertitude, complexité et ambiguïté. Ces quatre éléments décrivent les défis et les conditions-cadres auxquels les dirigeants et les entreprises doivent faire face dans le monde moderne. En comprenant les différentes facettes des VUCA et en développant intentionnellement des stratégies pour y faire face, nous pouvons non seulement résister à la tempête, mais aussi exploiter l'énergie du changement pour innover, grandir et prospérer.



## Profil

# Nous connectons les gens et la nature pour une vie plus saine, aujourd'hui et demain

### Connection

Spadel veut être une source de connexion en créant un écosystème où les individus et la nature jouent chacun un rôle essentiel

### Humain

L'humain est au cœur de toutes nos actions. Quelle que soit notre taille, Spadel restera toujours une entreprise familiale.

Nous nous soucions de nos employés, de nos consommateurs et de nos parties prenantes, et plaçons leurs intérêts au cœur de la stratégie de Spadel.

### Nature

Nous considérons la nature comme un partenaire à part entière dans toutes les activités de Spadel. Chaque composant de nos produits est aussi pur que possible.

Parce que la nature est essentielle à notre activité, nous mettons tout en œuvre pour protéger les espaces naturels dans lesquels nous intervenons dans toute l'Europe.

### Santé

Spadel souhaite promouvoir un mode de vie sain, tant pour le corps que pour l'esprit. Cela implique de sensibiliser aux bienfaits d'une consommation saine.

Nous aspirons à devenir une référence incontournable pour les personnes en quête d'un mode de vie sain, en proposant des produits essentiels et savoureux sous des marques de confiance : Spa, Bru, Carola, Wattwiller et Devin.

### Aujourd'hui et demain

Spadel souhaite défendre le bien-être des personnes et de la nature, aujourd'hui et pour les générations futures.

En prenant une série d'engagements dans le cadre de notre stratégie de développement durable, nous visons à maintenir une approche écologique, locale et pure.

# Notre engagement d'entreprise B Corp

Notre stratégie de développement durable s'articule autour de quatre piliers – Pure, Green, Local et Together. En tant qu'entreprise certifiée B Corp, nous partageons en toute transparence nos choix.

## pur

Fournir l'eau la plus pure, saine pour nos consommateurs tout en respectant la nature.

- 
**Protection**  
 Leader certifié en gestion durable de l'eau\*  
 1,45 litre d'eau utilisé par litre de boisson (WUR – Water Use Rate)
- 
**Pureté**  
 Reconnaissance de l'eau la plus pure par les consommateurs
- 
**Ingrédients**  
 100 % d'ingrédients d'origine naturelle

\* 100 % de nos sites certifiés platine par l'AWS (Alliance for Water Stewardship)

## éco-responsable

Transition vers une production zéro carbone, emballage circulaire et restauration des habitats naturels.

- 
**Climat**  
 Neutralité CO<sub>2</sub> sur l'ensemble du cycle de vie  
 -42 % d'émissions de CO<sub>2</sub> (2030) SBTi (Science Based Targets Initiative)
- 
**Emballages**  
 15 % de réduction  
 100 % de recyclage  
 20 % de réutilisation
- 
**Biodiversité**  
 Vers un impact positif sur la biodiversité avec un programme par pays

## Le credo de Spadel pour protéger ses ressources hydriques

Plus que jamais, Spadel applique la devise « puiser sans épuiser ». Cela signifie que le groupe n'extrait qu'une fraction de la quantité d'eau qui tombe chaque année dans les zones d'extraction sous la forme de

précipitations. Le pompage de nos eaux est toujours basé sur un permis d'exploitation limitatif empêchant toute surexploitation de la nappe aquifère.

## SBTi et zéro émission nette : qu'est-ce que cela signifie ?

L'Initiative Science Based Targets (SBTi) est une organisation mondiale qui se consacre à l'action climatique des entreprises. Elle fournit des outils pour que les entreprises s'alignent sur l'objectif de limiter leurs émissions CO<sub>2</sub> afin d'atteindre le zéro émission nette d'ici 2050.

En 2024, le groupe Spadel a franchi une étape importante dans son ambition de réduire son empreinte

environnementale puisque nos objectifs SBTi ont été officiellement approuvés.

Et ils sont très ambitieux : nous réduirons presque de moitié nos émissions d'ici 2030 et atteindrons le zéro émission nette avant 2050, ce qui nous permettra de contribuer à un avenir durable et de nous aligner sur les objectifs climatiques mondiaux.

## local\*

Créer et maintenir un ancrage local fort dans les régions où nous opérons.

- 
**Vendre**  
 > 95 % de distribution sur les marchés locaux et régionaux
- 
**Employer**  
 95 % d'emploi local
- 
**Approvisionner**  
 95 % d'approvisionnement durable et 95 % des dépenses totales auprès de fournisseurs locaux

\*500 km

## ensemble

Mettre à disposition un lieu de travail sûr, engageant et créer des liens durables avec nos partenaires locaux.

- 
**Engagement**  
 Certification GPTW (Great Place To Work) sur tous les sites (avec un indice de confiance supérieur à 70 %)
- 
**Sécurité**  
 Zéro accident (#LTI – Lost Time Injury)
- 
**Partenariat**  
 5 % des bénéfices reversés aux partenariats locaux



Agir positivement pour la biodiversité

**5 %**  
de nos bénéficiaires  
nets soutiennent  
des partenaires  
locaux et  
des actions  
de solidarité  
locale

**Entreprise  
à impact  
positif**



Récyclage des  
emballages  
plastiques



Respect des  
normes les plus  
strictes en matière  
de gestion  
responsable  
de l'eau



SCIENCE  
BASED  
TARGETS

Alignement des réductions  
d'émissions de CO<sub>2</sub> sur les  
objectifs de l'Accord de Paris

Certified



Corporation

Spadel  
et ses  
marques  
sont certifiés  
B Corp

## En quelques **Chiffres**

**1.359**

collaborateurs

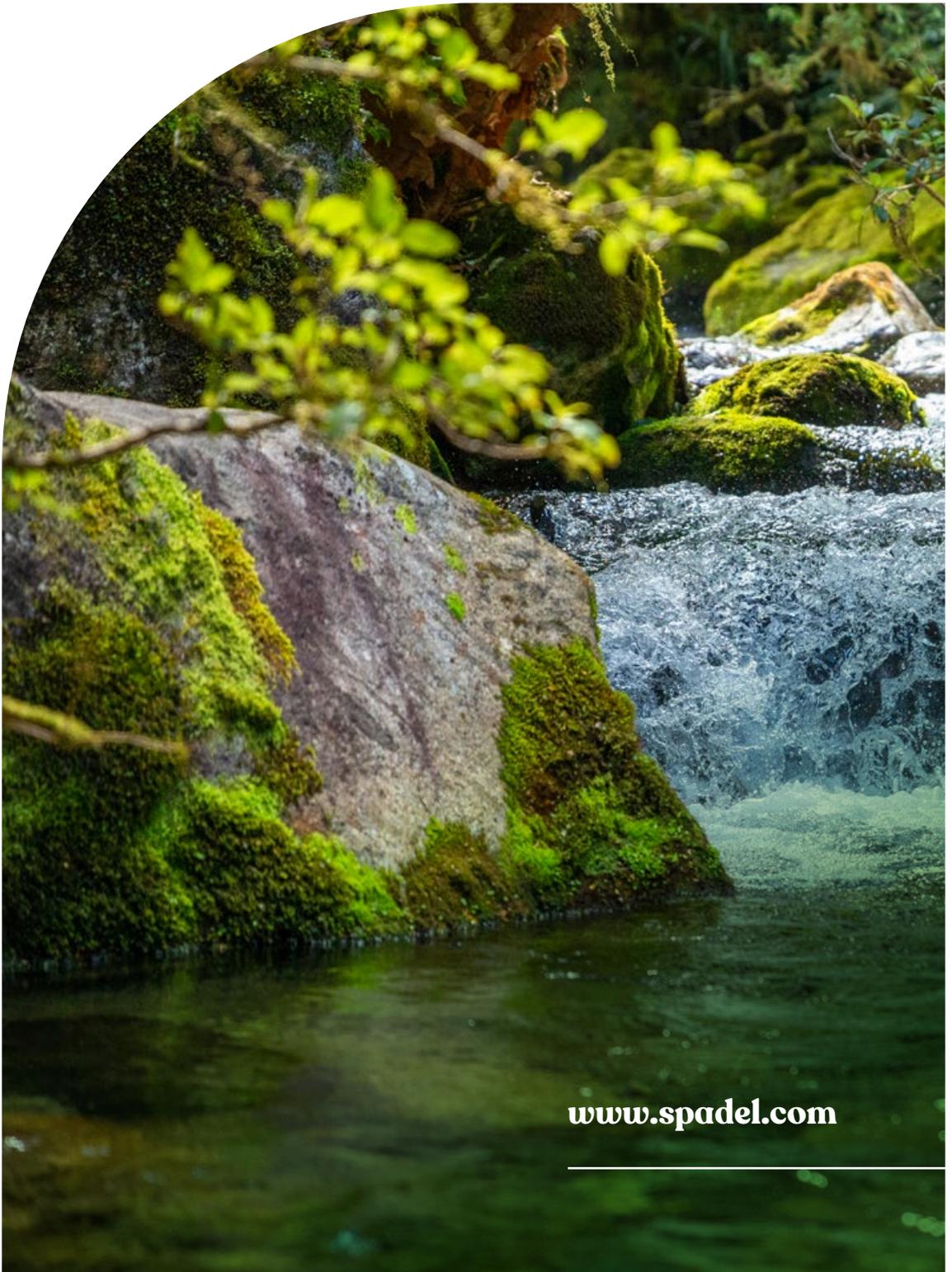
**5**

sites de production

**1.071**

millions de litres vendus

# Puiser sans épuiser



[www.spadel.com](http://www.spadel.com)

---