

Spadel

L'EAU QUI NOUS RELIE.



POINTS FORTS 2025

L'EAU QUI NOUS RELIE.

Et si une entreprise de boissons ne faisait pas que produire,
mais protégeait aussi ?
Et si elle ne faisait pas que vendre, mais reliait ?
Chez Spadel, nous croyons que ce que nous buvons a un impact.
Pour notre santé.
Pour notre environnement.
Pour les communautés qui vivent autour de nos sources.
Voici notre histoire.
En mouvement.
Comme l'eau l'est toujours.

Notre cap et nos valeurs

CE QUE NOUS DÉFENDONS. ET OÙ NOUS VOULONS ALLER.

Chez Spadel, tout est question d'équilibre.
Entre nature et économie.
Entre innovation et simplicité.
Entre performance aujourd'hui et responsabilité pour demain.
Nous créons des boissons qui accompagnent un mode de vie plus sain.
Non pas en ajoutant ce qui n'est pas nécessaire,
mais en préservant l'essentiel.

NOS PRIORITÉS SONT SIMPLES :

- ❖ Des boissons naturelles et saines.
- ❖ Le respect de l'eau et de la biodiversité.
- ❖ La valeur à long terme plutôt que le profit rapide.
- ❖ Des innovations porteuses de sens et de direction.
- ❖ L'humain au centre : collègues, partenaires, consommateurs.



MAIS LA SIMPLICITÉ EXIGE DE LA DISCIPLINE. ET DES CHOIX. DES CHOIX QUE NOUS FAISONS EN RESTANT À L'ÉCOUTE DE CEUX QUI NOUS ENTOURENT.

Nous choisissons de puiser sans épuiser.
Le long terme plutôt que les résultats immédiats.
L'écoute véritable plutôt que superficielle.
L'action autour de nos sources, plutôt que partout.
Cela ne fait pas de nous une multinationale.
Cela fait de nous ce que nous sommes : Spadel.

Engagement

Puiser sans épuiser : une croissance engagée

Selon Marc du Bois, CEO de Spadel, le leadership commence par l'écoute. « Les personnes qui comptent pour nous posent des questions légitimes. Sur la santé. Sur l'environnement. Sur la transparence. Notre rôle n'est pas d'éluider ces questions, mais d'y répondre par des actes. »

2025 : une année exceptionnelle


Une nouvelle année en forte progression ! Les volumes ont progressé de plus de 8%, dans la continuité de 2024, déjà très solide, qui avait franchi le cap du milliard de litres. Comment expliquer cette hausse ?

Marc du Bois : Cette hausse s'explique par plusieurs tendances de fond. D'abord, la montée des mouvements incitant à la réduction de la consommation d'alcool – Dry January, Tournée minérale, alternatives à 0 %... Ensuite, les préoccupations croissantes liées au sucre, à la santé et au bien-être. Troisième facteur, le réchauffement climatique : nos usines ont fonctionné presque toute l'année dans des conditions proches de celles de l'été, ce qui nous conduit à repenser notre modèle économique. Dans le même temps, nos marques locales ont continué à séduire les consommateurs, nous permettant de gagner des parts de marché. C'est lié à la montée du local, renforcée depuis le Covid : un

consommateur plus méfiant envers les grands acteurs privilégie ce qui est perçu comme plus proche et plus authentique.

Mais un marché favorable suffit-il ?

MdB : Loin de là. L'innovation constitue un moteur essentiel, tant pour nos marques historiques – Spa, Bru, Wattwiller, Carola, Devin – que pour nos marques récentes, comme Zyla, lancée début 2024. En 2025, Spa et Carola ont imaginé de nouvelles eaux aromatisées inspirées des mocktails (Strawberry Daiquiri, Mojito, Passion Fizz, Piña Colada). Devin a continué à développer des produits avec des vitamines et des minéraux. Et Wattwiller s'apprête à introduire un Eco Pack 10 litres, dans le prolongement du succès du format 5 litres, dont les ventes ont progressé de 18 %. Une nouvelle ligne de production de ces emballages très grand format va d'ailleurs être mise en service en 2026 à Wattwiller. Les résultats confirment cette dynamique : avec des hausses de volumes comprises entre +8 % et +11 % selon les régions dans lesquelles nous sommes actifs, nous faisons aussi bien, voire mieux, que le marché.



« Notre rôle n'est pas d'éluider les attentes, mais d'y répondre par des actes. »

LE MOT DU CEO

Avec des recrutements à la clé ?

MdB : Plusieurs dizaines de personnes ont été engagées dans le groupe en 2025. Mais cette croissance a aussi exigé des ajustements en matière d'efficacité industrielle et d'approvisionnement : préformes, étiquettes, bouchons, cartons...

Et eau ? Les sources ont-elles suivi ? La devise de Spadel étant de « puiser sans épuiser », que faire quand le marché réclame quasiment 100 millions de litres supplémentaires ?

MdB : Aujourd'hui, nous ne rencontrons aucun problème de disponibilité, ni en quantité ni en qualité, mais nous nous préparons à la hausse de la demande, notamment grâce à des campagnes de forage à Spa, à Wattwiller et en Bulgarie.

Nos hydrogéologues travaillent avec des projections à cinq ans et nous appliquons des principes rigoureux de gestion de la ressource. Il n'est pas question de compromettre l'équilibre des sources. Nous ne dérogerons jamais à notre principe de « puiser sans épuiser ».

Quels ont été les autres investissements ?

MdB : Nous avons investi plus de 30 millions d'euros dans nos usines en 2025, avec notamment une nouvelle ligne chez Devin et le remplacement de machines chez Carola. Comme mentionné précédemment, une nouvelle ligne dédiée à la Fontaine 5 litres et 10 litres de Wattwiller, commandée en 2025, sera finalisée cette année. Nous avons également annoncé un plan d'investissements de 80 millions d'euros sur trois ans, réparti entre Spa et la Bulgarie.

Il n'est pas question de compromettre l'équilibre des sources : nous ne dérogerons jamais à notre principe de « puiser sans épuiser ».

En 2025 Spadel a approfondi et aiguisé un nouveau plan stratégique « Generation 2030 ». Qu'en est-il ?

MdB : La durabilité n'est pas un volet séparé chez Spadel. Nos engagements structurants remontent à 2011. Notre modèle multilocal, fondé sur des marques ancrées dans leur territoire et commercialisées dans un rayon maximal de 500 km, nous vaut aujourd'hui une reconnaissance de pionnier.

En 2025, nous avons validé un nouveau plan couvrant la période 2026-2030, présenté fin 2025 et début 2026 à l'ensemble des équipes, car l'adhésion de tous est essentielle.

Intitulé « Generation 2030 », ce plan répond à un de mes souhaits : disposer d'une stratégie pleinement intégrée, lisible en une page, jouant le rôle de boussole. Co-construit par le Comité exécutif et validé par le Conseil d'administration, il décline cinq priorités en quinze projets, avec des objectifs ambitieux, notamment sur le packaging, le côté sain et naturel de nos boissons, ainsi que la réduction de notre empreinte carbone. Là où certaines entreprises dissimulent leurs ambitions vertes, nous choisissons de les afficher clairement.

GENERATION 2030



EN 2025 NOUS AVONS INTENSIFIÉ NOS ENGAGEMENTS :

- ❖ nous avons renforcé le leadership de nos marques régionales
- ❖ nous avons poursuivi nos investissements dans des innovations porteuses de sens
- ❖ nous avons ancré la durabilité dans chaque décision

Nous croyons qu'une entreprise fidèle à ses valeurs, qui écoute, apprend et agit, peut jouer un rôle positif.

Pour les consommateurs.

Pour les partenaires.

Pour celles et ceux qui nous rejoindront.

Pour tous ceux qui pensent que l'eau – et ce que nous en faisons – compte.

NOS TEMPS FORTS DE L'ANNÉE

Le progrès réside rarement dans un grand saut. Il se construit à travers de nombreuses décisions cohérentes et successives.

Février 2025

Wattwiller devient le mécène principal de la chaire **Eau et Durabilité** de l'**Université de Strasbourg**.

OBJECTIFS : lancer des actions concrètes (protection des sources, stockage du carbone, développement de la biodiversité), financer des thèses et contribuer à la création d'un Master en gestion durable de l'eau.



Mars 2025

Devin lance la construction d'un nouvel entrepôt automatisé autour de son usine, projet majeur destiné à étendre sa capacité logistique. L'investissement s'élève à plus de 11 millions d'euros. L'inauguration est prévue en 2026.

Mars 2025

Carola investit 5 millions d'euros dans ses lignes de production : 1 million pour l'embouteillage en verre consigné et 4 millions pour la ligne PET, équipée d'un combibloc alliant soufflage et remplissage des bouteilles.



Mars 2025

The Source, fonds de capital-risque du groupe créé en 2021, investit dans **Cherico**. Cette start-up française, fondée en 2023 par les créateurs de la **brasserie Gallia**, modernise l'image de la chicorée comme alternative saine, bio et écologique au café. Pour la première fois, **The Source** sort de Belgique et explore une boisson chaude.

Mars 2025

The Source prend une participation dans la britannique **Something & Nothing**, créatrice de limonades aux saveurs subtiles (yuzu, hibiscus/rose), plébiscitées par les consommateurs en quête d'alternatives plus naturelles aux sodas. Après avoir conquis Grande-Bretagne, États-Unis et Pays-Bas, la marque vise désormais le reste de l'Europe.



Avril 2025

Spa Monopole dévoile un plan d'investissement de 40 millions d'euros sur trois ans pour améliorer les performances énergétiques et environnementales de son usine, ajouter une nouvelle ligne de production et rénover les lignes existantes.

Avril 2025

La gamme **Carola Création** arrive en magasins. Trois saveurs - Mojito, Pina Colada et Passion Fizz - pour des eaux pétillantes mocktails 100 % naturelles, offrant une alternative saine aux boissons sucrées ou alcoolisées.



Mai 2025

The Source investit dans **Kumulus**, entreprise franco-tunisienne capable d'extraire de l'eau potable à partir de l'humidité de l'air, même dans les zones les plus arides. Une solution innovante et bénéfique pour les pays confrontés à des pénuries d'eau.

NOS TEMPS FORTS DE L'ANNÉE



Mai 2025

Les **20 km de Bruxelles** attirent près de 49.000 participants. Partenaire depuis 40 ans, **SPA** assure l'hydratation des coureurs et marcheurs en distribuant de l'eau minérale tout au long du parcours et à l'arrivée.



Octobre 2025

Pour ses 25 ans, l'usine de **Bru-Chevron** ouvre ses portes au public lors de la Journée Découverte Entreprises. Plus de 1.250 visiteurs découvrent les lignes de production et rencontrent les équipes. Pour l'occasion, l'artiste belge **Charles Kaisin** dévoile une œuvre d'art monumentale conçue pour BRU : un cerf majestueux composé de 3.900 origamis, suspendu au cœur de l'usine.

Octobre 2025

Début de la quatrième année scolaire du programme « **Enter the Green Circle** ». Cette année, 150 nouvelles écoles et jardins d'enfants rejoignent le réseau bulgare des **Eco-Schools**, permettant à plus de 68.000 enfants d'apprendre à mieux préserver l'eau, l'énergie et la biodiversité.



Juin 2025

Spa Monopole et le **Parc naturel des Sources** signent une nouvelle convention de cinq ans, assortie d'un financement de 750.000 euros. **OBJECTIF** : soutenir l'« hydrologie régénérative » (restauration du cycle de l'eau) pour favoriser biodiversité et résilience des écosystèmes face aux changements climatiques.

Novembre 2025

Carola et **Wattwiller** reçoivent le Prix du Jury pour les 10 ans du label **Alsace Excellence**. Ce trophée récompense Spadel France pour sa gestion durable de l'eau, son soutien aux initiatives locales, sa politique packaging et ses actions en faveur du bien-être des collaborateurs.



Novembre 2025

Devin inaugure un nouvel entrepôt à **Plovdiv**, offrant un accès rapide aux clients et des connexions efficaces vers les principaux axes de transport, pour des livraisons plus rapides dans la ville et la **zone économique de Trakia**, la plus grande zone industrielle de Bulgarie.

Décembre 2025

The Source investit dans **Pulse Protein**, start-up belge spécialisée dans les produits protéinés 100 % naturels et locaux (poudres, barres, sodas), portée par Emna Everard et Alain Etienne, fondateurs de Kazidomi.



Décembre 2025

Spa Monopole, la **Ville de Spa** et l'**asbl Spray Can Arts** inaugurent la plus grande fresque street art de Wallonie. Ce Pierrot géant de 145 m de long habille presque entièrement l'un des flancs de l'usine Spa Monopole. Signée par l'artiste Sozyone, il devient un nouveau symbole emblématique de la ville de Spa.

CHIFFRES CLÉS 2025

Nos indicateurs clés montrent une croissance respectueuse de l'humain et de la nature, des progrès dans notre empreinte écologique, des investissements dans l'ancrage local et ils illustrent le leadership de nos marques dans les différents pays.

Les chiffres comptent.
Mais seulement s'ils racontent quelque chose...



CHIFFRES FINANCIERS

CHIFFRE D'AFFAIRES
399,5 MIO €
+11,8 % (VS 2024)

BÉNÉFICE NET
51,2 MIO €
+24,8 % (VS 2024)

DIVIDENDE BRUT
4,0 €
+25 % (VS 2024)

EBIT
61,7 MIO €
+26,6 % (VS 2024)

EBITDA
85,8 MIO €
+20,2% (VS 2024)

INVESTISSEMENTS
32,3 MIO €
+37% (VS 2024)

LITRES
1.158 MIO LITRES
(VS 1.070 MIO L EN 24)

COLLABORATEURS
1.416

NR 1
DU MARCHÉ DES EAUX
EMBOUTEILLÉES AU BENELUX

**LEADER
RÉGIONAL**
EN ALSACE

**LEADER
NATIONAL**
EN BULGARIE

CHIFFRES NON-FINANCIERS

PLUS DE
4,4%
DES BÉNÉFICES REVERSÉS
AUX COMMUNAUTÉS LOCALES
AVEC 1 PROJET PAR MARCHÉ

1,7 L/L
EN 2025, LA PRODUCTION
MOYENNE D'UN LITRE D'EAU
ET DE LIMONADE A NÉCESSITÉ
1,7 L D'EAU

22.748 HA
DE NATURE PROTÉGÉE

100%
TOUTES LES SOURCES
CERTIFIÉES ALLIANCE
FOR WATER STEWARDSHIP
PLATINUM

81.577 MWH
CONSOMMATION D'ÉNERGIE
(+6% VS 24) DONT 43,14%
RENOUVELABLES

30%
RPET DANS LA GAMME DES
BOUTEILLES EN PLASTIQUES
À USAGE UNIQUE

48%
DES FOURNISSEURS DE
SPADEL ONT DES OBJECTIFS
DE RÉDUCTION DE LEUR
EMPREINTE CARBONE BASÉS
SUR LA SCIENCE



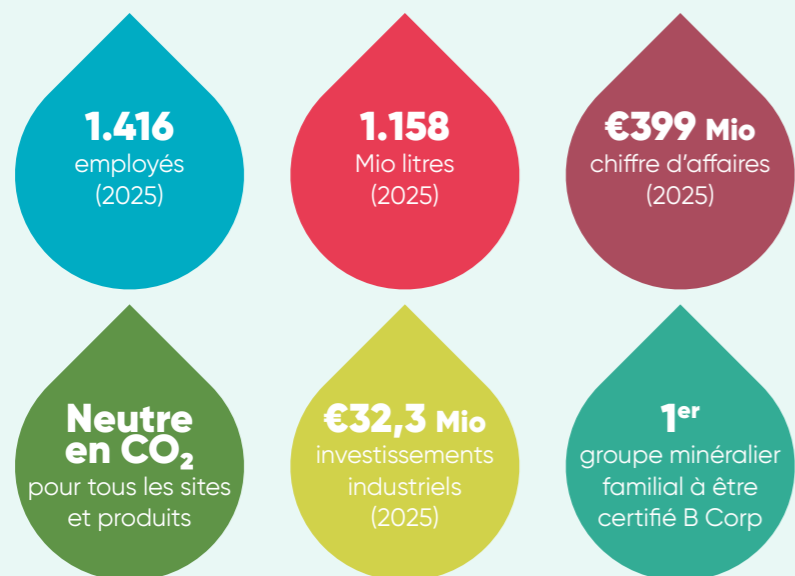
Notre identité

Spadel n'est pas une multinationale sans visage. Nous sommes une maison de marques régionales fortes. Proches. Engagées. Responsables. Ancrées dans leur territoire, de l'Ardenne belge aux Vosges françaises, jusqu'en Bulgarie.

Avec Spa, Bru, Carola, Wattwiller, Devin et Zyla, nous proposons :

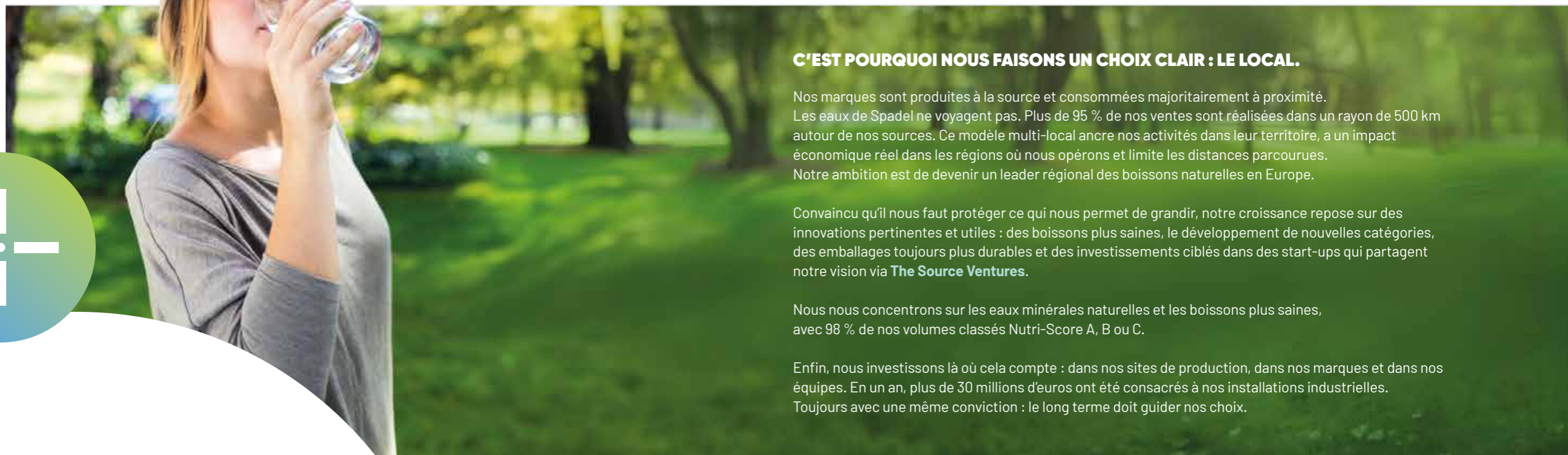
- ❖ des eaux minérales
- ❖ des eaux de source
- ❖ des limonades et eaux pétillantes aromatisées
- ❖ des boissons innovantes et fonctionnelles

**Toujours guidés par la même question :
Est-ce bon pour l'humain
et pour la nature ?**



NOS PRIORITÉS STRATÉGIQUES

CHEZ SPADEL, TOUT COMMENCE PAR L'EAU. SANS EAU PURE, PAS DE MARQUES FORTES. ET SANS MARQUES FORTES, PAS DE BUSINESS DURABLE.



C'EST POURQUOI NOUS FAISONS UN CHOIX CLAIR : LE LOCAL.

Nos marques sont produites à la source et consommées majoritairement à proximité. Les eaux de Spadel ne voyagent pas. Plus de 95 % de nos ventes sont réalisées dans un rayon de 500 km autour de nos sources. Ce modèle multi-local ancre nos activités dans leur territoire, a un impact économique réel dans les régions où nous opérons et limite les distances parcourues. Notre ambition est de devenir un leader régional des boissons naturelles en Europe.

Convaincu qu'il nous faut protéger ce qui nous permet de grandir, notre croissance repose sur des innovations pertinentes et utiles : des boissons plus saines, le développement de nouvelles catégories, des emballages toujours plus durables et des investissements ciblés dans des start-ups qui partagent notre vision via **The Source Ventures**.

Nous nous concentrons sur les eaux minérales naturelles et les boissons plus saines, avec 98 % de nos volumes classés Nutri-Score A, B ou C.

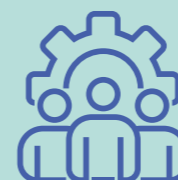
Enfin, nous investissons là où cela compte : dans nos sites de production, dans nos marques et dans nos équipes. En un an, plus de 30 millions d'euros ont été consacrés à nos installations industrielles. Toujours avec une même conviction : le long terme doit guider nos choix.



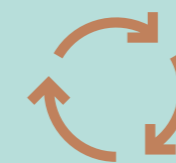
Offrir une gamme de boissons naturelles plus saines



Agir ensemble pour le respect de la planète



Développer une équipe animée par un objectif clair



Favoriser une transformation durable



Exceller dans l'exécution

DURABILITÉ

RE-GENERATION 2030 met en lumière les ambitions de durabilité de Generation 2030, la stratégie intégrée de Spadel en matière d'activité et de durabilité. Nous voulons être le partenaire de confiance pour les personnes à la recherche de boissons locales, plus saines et naturelles, en créant une valeur durable pour tous.

OFFRIR DES BOISSONS NATURELLES PLUS SAINES



S'appuyant sur les dernières avancées scientifiques en matière de nutrition, nous promouvons **l'eau minérale naturelle comme la façon la plus pure et la plus saine de s'hydrater.**

Pour des moments plus gourmands, ou des besoins fonctionnels, **nous proposons des boissons élaborées exclusivement à partir d'ingrédients d'origine naturelle.**

PROTÉGER ET RÉGÉNÉRER LES CYCLES DE L'EAU



Nous utilisons l'eau de manière responsable, en prélevant **toujours moins que ce que la nature peut renouveler naturellement.**

Avec nos partenaires, **nous protégeons nos sources et les écosystèmes** environnants afin de garantir la pureté de nos eaux naturelles.

Au-delà de la préservation, nous œuvrons activement à l'amélioration des cycles naturels de l'eau. Afin que chacune de **nos sources reste résiliente pour les générations à venir.**

AGIR ET S'ENGAGER LOCALEMENT



Nous voulons être un lieu où il fait bon travailler. En mettant l'accent sur le **bien-être** et la **sécurité**, le **développement des compétences** et l'**engagement.**

Notre modèle est résolument local. Nos bouteilles d'eau ne doivent pas parcourir plus de 500 km de leur source, et **nous réinvestissons 5% de nos bénéfices dans les communautés locales.**

ACCÉLER LE RÉEMPLOI DES EMBALLAGES



Nous innovons et encourageons les emballages réutilisables. Des bouteilles en verre consignées aux bag-in-box conçus pour les récipients rechargeables, **nous facilitons le choix de la réutilisation pour les consommateurs.**

Parallèlement, nous :

- intégrons davantage de matériaux recyclés,
- réduisons le poids de nos emballages,
- améliorons la collecte des bouteilles.

Ces actions nous font faire un **pas de plus vers une véritable économie circulaire**, avec moins de déchets d'emballage et moins de plastiques à usage unique.

RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE POUR ATTEINDRE LA NEUTRALITÉ



Il n'y a pas de temps à perdre pour lutter contre le changement climatique. C'est pourquoi nous nous engageons à atteindre la **neutralité carbone d'ici 2050**, conformément à l'initiative «Science Based Targets».

Notre objectif est clair : **réduire les émissions au plus près de zéro.**

D'ici 2030, nous allons réaliser des progrès majeurs en :

- **rendant nos usines plus écologiques et en réduisant leur consommation d'énergie,**
- **réduisant les émissions liées aux emballages et au transport en collaboration avec nos partenaires.**



Minimiser notre impact environnemental

CHEZ SPADEL, LA DURABILITÉ NE SOUTIENT PAS LA STRATÉGIE : ELLE LA PILOTE.

En protégeant les ressources en eau, en renforçant la biodiversité, en réduisant les émissions de CO₂ et en développant les emballages réutilisables, nous rendons notre entreprise plus forte et plus résiliente. Pour nous, la durabilité commence à la source.

Notre eau traverse aujourd'hui plus de 22.748 hectares (Groupe Spadel) de zones protégées. Car lorsque la nature est saine, l'eau l'est aussi.

Mais protéger ne suffit pas. Dans chaque pays où nous sommes actifs, nous soutenons des projets d'hydrologie régénérative et de biodiversité, en collaboration avec des partenaires locaux et dans le respect

d'écosystèmes souvent plus anciens que nous. Cet engagement se traduit par des objectifs concrets : 30 % d'emballages réutilisables d'ici 2030, la neutralité CO₂ pour nos sites et nos produits, avec une trajectoire vers le Net Zero en 2050.

La naturalité guide aussi le développement de nos boissons : plus de 95 % de nos ingrédients sont d'origine naturelle. Ce qui n'a pas sa place dans la nature n'a pas sa place dans nos produits.

Cette démarche nous a valu la certification B Corp. Pas parce que nous sommes parfaits, mais parce que nous avançons avec un cap clair. Dans chaque pays où nous sommes

actifs, nous soutenons au moins un projet concret en faveur de la nature, en collaboration avec des partenaires locaux et dans le respect d'écosystèmes souvent plus anciens que nous.

Lorsque la nature est saine, l'eau l'est aussi.

Non pas comme une compensation, mais comme un engagement.

Parce que protéger la source aujourd'hui, c'est assurer l'avenir de Spadel demain.



RESPIRER l'innovation

Chez Spadel, l'innovation vise à rester pertinente pour la société. Le Groupe développe de nouveaux concepts de boissons avec : moins de sucre, plus de naturalité, de nouveaux formats. L'innovation concerne aussi les emballages, avec la recherche de solutions plus durables et circulaires.



En 2025, Spadel confirme sa capacité d'innovation en répondant aux nouvelles attentes des consommateurs, entre naturalité, durabilité et nouveaux usages.

En 2025 aussi, les différentes marques du Groupe Spadel ont continué à miser sur l'innovation :

Les eaux pétillantes aromatisées goût mocktail ont séduit toujours plus de consommateurs sur nos différents marchés : la gamme **SPA Touch** a été enrichie avec des nouvelles saveurs dans le Benelux, tandis que les mocktails **Carola Création** ont été lancés en France et les **mocktails Devin Air** en Bulgarie. Le succès de ces eaux pétillantes aromatisées saines et naturelles, qui représentent une alternative très intéressante aux boissons

alcoolisées et sucrées, démontre la capacité de Spadel à répondre à l'évolution des besoins des consommateurs.

Nos **emballages grand format plus écologiques** « bag-in-box » séduisent, eux aussi, un public de plus en plus large. Les ventes de l'**Eco Pack SPA Reine 5 litres et 10 litres** ont continué à augmenter dans le Benelux, tandis que la Fontaine **Wattwiller 5 litres** poursuit, elle aussi, sa marche en avant sur le marché français. Une **Fontaine 10 litres** fera son apparition en 2026 grâce à une nouvelle ligne de production à Wattwiller.

En 2025, Spadel a également poursuivi le développement de ses deux innovations lancées en 2024 : **Spa Fountain**, qui cible le marché des bureaux au Benelux grâce à des appareils de refroidissement de haute technologie fonctionnant avec l'**Eco Pack 10 litres de Spa Reine**, et **Zyla**, une boisson énergisante 100% naturelle offrant différents niveaux d'énergie en fonction des besoins des consommateurs.



EXPLORER

au-delà de notre cœur de métier

Créé en juin 2021, le fonds de capital-risque du Groupe, **The Source Ventures**, investit dans des start-up prometteuses de l'univers des boissons et les accompagne grâce à un soutien stratégique et financier.

Nous soutenons leurs concepts qui combinent santé et durabilité. Certaines initiatives rencontrent immédiatement leur public. D'autres demandent plus de temps. Mais chaque expérience nous permet d'avancer.



The
Source
VENTURES



INVESTISSEMENTS DANS 4 START-UPS EN 2025

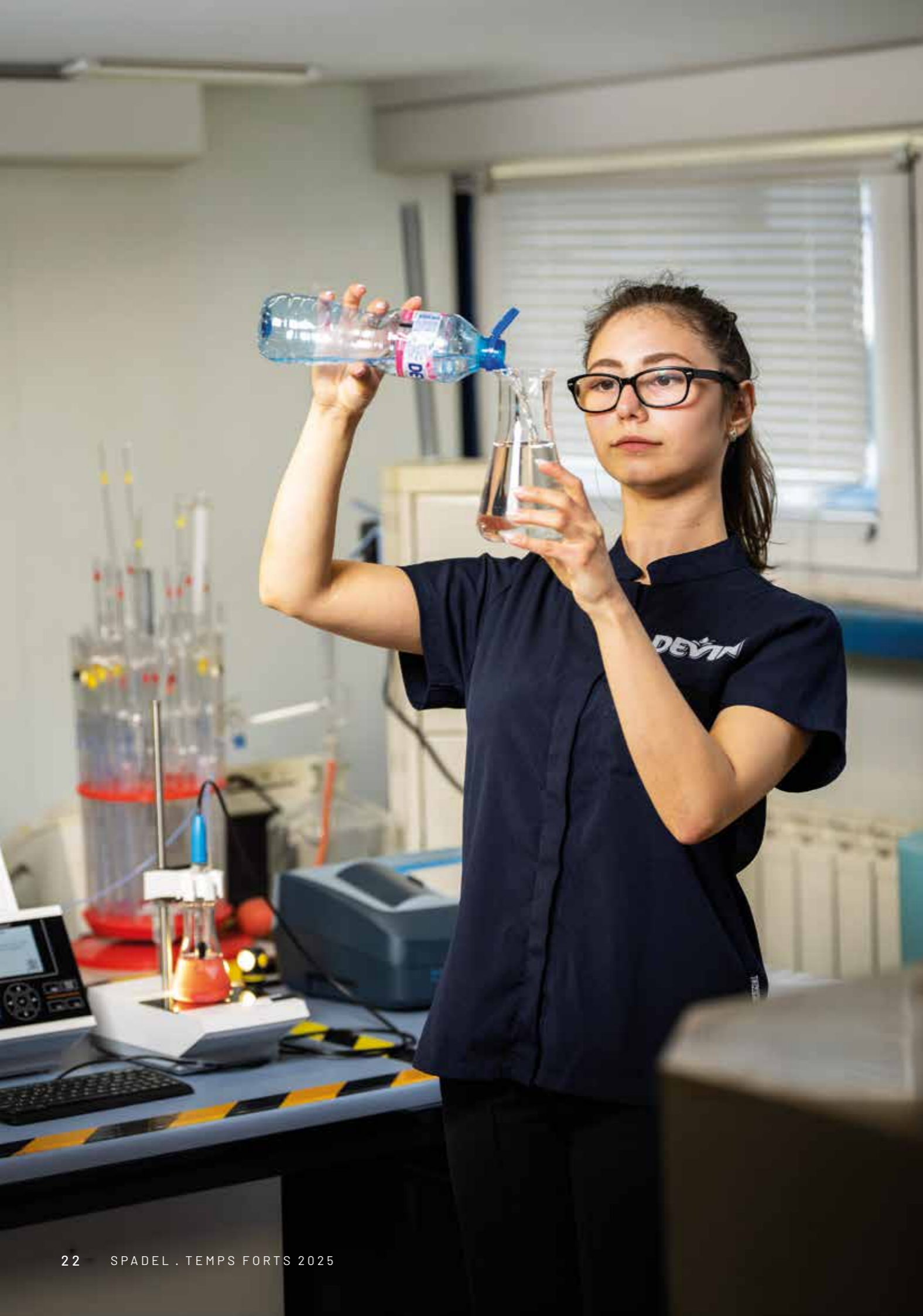
Début mars 2025, le fonds investit dans **Cherico**, start-up française créée en 2023, qui revisite la chicorée en alternative saine et biologique au café. Quelques semaines plus tard, il prend une participation dans la britannique **Something & Nothing**, productrice de limonades naturelles aux saveurs raffinées, déjà présente au Royaume-Uni, aux États-Unis et aux Pays-Bas, et qui vise désormais le reste de l'Europe.

En mai, le fonds soutient **Kumulus**, entreprise franco-tunisienne capable de produire de l'eau potable à partir de l'humidité de l'air, et mi-décembre, il investit dans **Pulse Protein**, spécialisée dans des produits protéinés 100 % naturels et locaux.

Avec **Qallo**, **Dripl** et **The Mocktail Club**, arrivées en 2023, The Source Ventures compte désormais sept jeunes pousses.

THESOURCEVENTURES.COM/PORTFOLIO





Ce qui nous distingue

LE « SPADEL WAY », PLUS QU'UN PRODUIT, C'EST UNE MANIÈRE DE TRAVAILLER :

UN ANCRAGE LOCAL

Nos sources ne sont pas une matière première, mais une responsabilité.
Proximité régionale : marques, équipes et marchés dans un rayon de 500 km.

UNE VISION À LONG TERME

Nous construisons de la valeur pour des générations, pas pour un trimestre.
Respect de l'humain et de la nature : point de départ, pas compromis.
La durabilité guide toutes nos décisions.

INNOVATION ET APPRENTISSAGE

Innover avec intention : les idées n'ont de valeur que si elles améliorent la vie.
Le droit d'apprendre : les erreurs sont un carburant pour le progrès.
Entreprendre avec intégrité : transparence plutôt que perfection.

COLLABORATION

Plus forts ensemble : collègues, partenaires, communautés.
Travailler chez nous, c'est :

- ❖ contribuer à des produits porteurs de sens
- ❖ participer à des projets concrets pour l'environnement et la nature
- ❖ faire partie d'équipes soudées et fières de leur ancrage local
- ❖ avoir l'espace pour apprendre, expérimenter et s'améliorer

Les talents que nous recherchons :

Pas des profils parfaits, mais des personnes qui veulent construire.
Curieuses, responsables, prêtes à s'engager et à apprendre.



L'ART RACONTE CE QUI NOUS RASSEMBLE

En 2025, deux initiatives artistiques ont vu le jour sur les sites de Bru et de Spa Monopole. Au-delà de la création artistique, ces projets racontent surtout une manière de travailler : associer les équipes, les communes et les territoires qui accueillent nos sources. Ils racontent une histoire : celle d'une eau qui relie. Ce n'est pas un souvenir du passé, mais une invitation à continuer à prendre soin ensemble de ce qui nous donne la vie. Le fait que ces créations prennent place au cœur ou sur les murs mêmes des usines n'a rien d'anodin.

« Ces œuvres vont bien au-delà d'un geste esthétique. Elles témoignent de l'implication des collaborateurs, du lien avec les communautés locales et de la fierté partagée autour de nos marques. Parce que lorsque l'art s'invite au cœur même de nos usines, il devient aussi une manière de raconter ce qui nous rassemble. »

Marc du Bois, CEO du Groupe Spadel

BRU – UN ANNIVERSAIRE SOUS LE SIGNE DU CERF

En octobre 2025, Bru célèbre les 25 ans de son site d'embouteillage. Pour l'occasion, le designer belge Charles Kaisin imagine une bouteille festive en édition limitée, accompagnée de verres revisités.

En tant que designer et artiste, Charles Kaisin a collaboré avec des noms emblématiques du monde du luxe, notamment Hermès, Delvaux, Rolls-Royce et Pierre Marcolini.

Sa renommée internationale repose sur ses dîners surréalistes, où gastronomie et scénographie fusionnent harmonieusement pour créer une expérience unique, ainsi que sur ses projets d'origami porteurs de sens au profit de causes caritatives.

L'événement est également marqué par une œuvre monumentale : un cerf majestueux, emblème historique de la marque, suspendu au cœur de l'usine. Composée de 3.900 origamis dorés, la sculpture évoque à la fois la forêt, les bulles de Bru et la diversité des collaborateurs qui font vivre la marque.

Cette célébration s'accompagne aussi d'un élan de solidarité : une production spéciale organisée par les équipes permet de récolter plus de 20.000 euros au profit de l'ASBL CMH (Centre Médical Hélicoptère) de Bra-sur-Lienne.



SPA – UNE FRESQUE POUR RELIER PASSÉ ET PRÉSENT

« En décembre 2025, Spa Monopole inaugure une fresque spectaculaire réinterprétant le Pierrot historique de 1923. »

Réalisée par l'artiste **Sozyone**, l'œuvre s'étend sur toute la façade de l'usine : 145 mètres de long, près de 3.000 m², ce qui en fait la plus grande fresque de street art de Wallonie. Visible depuis la gare de Spa, elle s'inscrit dans une initiative communale visant à embellir la ville et à enrichir le parcours touristique des fresques murales.

Projeté dans la modernité, le Pierrot s'étire le bras tendu tel un super-héros et insuffle une nouvelle énergie à cette figure centenaire.