

Spadel

HET WATER DAT ONS VERBINDT.



HIGHLIGHTS 2025

HET WATER DAT ONS VERBINDT.

En wat als een drankenbedrijf niet alleen zou produceren,
maar ook beschermen?

En wat als het niet alleen zou verkopen,
maar ook verbinden?

Bij Spadel geloven wij dat wat we drinken ertoe doet;
Voor onze gezondheid.

Voor de natuur.

Voor de gemeenschappen rond onze bronnen.

Dit is ons verhaal.

Altijd in beweging.

Net zoals water.

Koersvast. Waardegedreven.

WAAR WIJ VOOR STAAN. EN WAAR WIJ NAARTOE WILLEN.

Bij Spadel draait alles om evenwicht.

Tussen natuur en economie.

Tussen innovatie en eenvoud.

Tussen prestatie vandaag en verantwoordelijkheid voor morgen.

Wij ontwikkelen dranken die passen bij een gezondere levensstijl.

Niet door toe te voegen wat overbodig is,
maar door te bewaren wat essentieel is.

ONZE KEUZES ZIJN HELDER:

- ♻️ Natuurlijke, gezonde dranken.
- ♻️ Respect voor water en biodiversiteit.
- ♻️ Langetermijnwaarde boven kortetermijnwinst.
- ♻️ Innovaties met betekenis.
- ♻️ De mens centraal: collega's, partners, consumenten.



MAAR EENVOUD VRAAGT DISCIPLINE. EN DUIDELIJKE KEUZES.

Daarom kiezen we resoluut voor kwaliteit boven volume.

Voor de lange termijn boven onmiddellijke resultaten.

Voor echte betrokkenheid boven oppervlakkigheid.

Voor actie dicht bij onze bronnen.

Dat maakt ons geen multinational, maar wel multilokaal.

Sterker in wie we zijn: Spadel.

Engagement

Voor Marc du Bois begint leiderschap met luisteren. “De vragen die we krijgen over gezondheid, duurzaamheid en transparantie zijn terecht. En verdienen meer dan antwoorden. Ze vragen om concrete acties”.

2025: een uitzonderlijk jaar

Opnieuw een jaar met sterke groei. Volumes zijn met meer dan 8% gestegen, nadat in 2024 de kaap van één miljard liter al was overtroffen. Deze stijging kunnen we verklaren door verschillende onderliggende trends.

Marc du Bois: Op de eerste plaats, de trend naar minder alcoholconsumptie, Dry January, Tournée minérale, 0%-alternatieven... Vervolgens, meer aandacht voor gezondheid en welzijn en minder suiker. En de toenemende vraag naar lokale en authentieke producten. Derde factor, de klimaatverandering die onze consumptiepatronen beïnvloedt. Tegelijkertijd zijn onze lokale merken de consumenten blijven verleiden, waardoor wij marktaandelen konden winnen. Dit hangt samen met de opkomst van het lokale, versterkt sinds Covid: een consument die wantrouwiger staat tegenover grote spelers geeft de voorkeur aan wat als dichter en authentieker wordt ervaren.

Maar volstaat een gunstige markt?

MdB: Helemaal niet. Innovatie vormt een essentiële motor, zowel voor onze historische merken – Spa, Bru, Wattwiller, Carola, Devin – als voor onze recentere merken, zoals Zyla, gelanceerd begin 2024.

In 2025 hebben Spa en Carola nieuwe gearomatiseerde waters bedacht, geïnspireerd op mocktails (Strawberry Daiquiri, Mojito, Passion Fizz, Piña Colada).

Devin is verder gegaan met het ontwikkelen van producten met vitamines en mineralen.

En Wattwiller staat op het punt een bag-in-box van 10 liter te introduceren, in het verlengde van het succes van het formaat van 5 liter, waarvan de verkoop met 18% is gestegen. Een nieuwe productielijn voor deze zeer grote formaten zal trouwens in 2026 in Wattwiller in gebruik worden genomen.

De resultaten bevestigen deze dynamiek: met volumestijgingen tussen +8% en +11% afhankelijk van de regio's waar wij actief zijn, doen wij het even goed, of zelfs beter, dan de markt.

Putten zonder uit te putten: doelgerichte groei

*“We
ontwijken geen
verwachtingen.
We maken ze
waar.”*



CEO AAN HET WOORD

Met aanwervingen als gevolg?

MdB: Verschillende tientallen personen zijn in 2025 in de Groep aangeworven. Maar deze groei heeft ook aanpassingen vereist op het vlak van industriële efficiëntie en bevoorrading: preforms, etiketten, doppen, karton...

En het water? Wat met de bronnen? Aangezien het motto van Spadel is 'putten zonder uit te putten', wat te doen wanneer de markt bijna 100 miljoen liter extra vraagt?

MdB: Vandaag ondervinden wij geen enkel probleem qua beschikbaarheid, noch in hoeveelheid noch in kwaliteit, maar wij bereiden ons voor op de stijgende vraag, met name dankzij boorcampagnes in Spa, in Wattwiller en in Bulgarije.

Onze hydrogeologen werken met projecties op vijf jaar en wij passen strikte principes toe voor het beheer van de hulpbron.

Het is uitgesloten om het evenwicht van de bronnen in gevaar te brengen.

Wij zullen nooit afwijken van ons principe van "putten zonder uit te putten".

Welke investeringen waren belangrijk in 2025?

MdB: Wij hebben meer dan 30 miljoen euro geïnvesteerd in onze fabrieken in 2025, met onder meer een nieuwe lijn bij Devin en de vervanging van machines bij Carola. Zoals eerder vermeld, zal een nieuwe lijn gewijd aan de Fontaine 5 liter en 10 liter van Wattwiller, besteld in 2025, dit jaar worden voltooid. Wij hebben ook een ambitieus investeringsplan van 80 miljoen euro over drie jaar aangekondigd, verdeeld tussen Spa en Bulgarije.

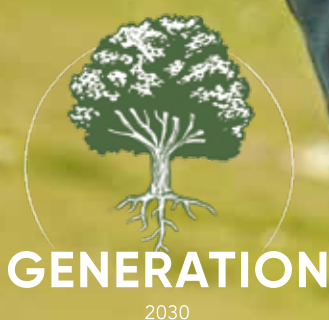
Het is uitgesloten om het evenwicht van de bronnen in gevaar te brengen. Wij zullen nooit afwijken van ons principe van 'putten zonder uit te putten'.

In 2025 heeft Spadel een nieuw strategisch plan 'Generation 2030' verder uitgewerkt en aangescherpt. Hoe zit dat?

MdB: Duurzaamheid is geen afzonderlijk onderdeel bij Spadel. Onze structurele engagementen gaan terug tot 2011. Ons multilokaal model, gebaseerd op merken die verankerd zijn in hun regio en verkocht worden binnen een maximale straal van 500 km, levert ons vandaag erkenning op als pionier.

In 2025 hebben wij een nieuw plan gevalideerd voor de periode 2026-2030, gepresenteerd eind 2025 en begin 2026 aan alle teams, want de betrokkenheid van iedereen is essentieel. Met de naam 'Generation 2030' beantwoordt dit plan aan een wens van mij: beschikken over een volledig geïntegreerde strategie, leesbaar op één pagina, die als kompas dient. Mee uitgewerkt door het uitvoerend comité en gesteund door de raad van bestuur, vertaalt het zich in vijf prioriteiten met vijftien projecten, alle met ambitieuze doelstellingen, rond verpakking, het gezonde en natuurlijke karakter van onze dranken, evenals de vermindering van onze CO₂-voetafdruk. Waar sommige bedrijven hun groene ambities verbergen, kiezen wij ervoor ze duidelijk te tonen.

GENERATION 2030



IN 2025 HEBBEN WE ONZE ENGAGEMENTEN VERDER VERSTERKT:

- 🌱 onze lokale merken nog sterker maken
- 🌱 blijven investeren in relevante innovaties
- 🌱 duurzaamheid verankeren in elke beslissing.

Wij geloven dat bedrijven die luisteren, leren en handelen, een echte positieve impact kunnen hebben.

Voor consumenten.

Voor partners.

Voor iedereen die met ons meegaat.

Voor wie weet dat water – en wat we ermee doen – telt.

ONZE HOOGTEPUNTEN VAN HET JAAR

Vooruitgang ligt zelden in één grote sprong.
Hij wordt opgebouwd door talrijke coherente en opeenvolgende beslissingen.

Februari 2025

Wattwiller wordt de hoofdsponsor van de Leerstoel **Water en Duurzaamheid** aan de **Universiteit van Straatsburg**.

HET DOEL? Te leiden tot concrete acties zoals bronbescherming, koolstofopslag en ontwikkeling van biodiversiteit, terwijl ook doctoraatsstudenten worden gefinancierd en wordt bijgedragen aan de oprichting van een masteropleiding gewijd aan duurzaam waterbeheer.



Maart 2025

Devin lanceert een groot project om zijn logistieke capaciteit rond zijn fabriek uit te breiden. Gesteund door een investering van meer dan 11 miljoen euro start het bedrijf met de bouw van een nieuw volledig geautomatiseerd magazijn. De inhuldiging is gepland voor 2026.



Maart 2025

The Source, het durfkapitaalfonds van Spadel, neemt een belang in de Franse start-up **Cherico**. Opricht in 2023 door de oprichters van de **Gallia-brouwerij**, heeft dit nieuwe merk ervoor gekozen zich te richten op warme dranken op basis van cichorei, omdat die gezonder en milieuvriendelijker zijn dan koffie, terwijl ze een zeer verwennerige ervaring bieden.

Maart 2025

Carola kondigt een investering van 5 miljoen euro aan in haar twee productielijnen: 1 miljoen euro voor de lijn voor hervulbare glazen flessen en 4 miljoen euro voor de PET-flessenlijn, die een nieuwe combibloc zal krijgen die flessen kan blazen en vullen in één geïntegreerd systeem.



Maart 2025

The Source verwerft een belang in **Something & Nothing**, een Brits frisdrankmerk dat sterk groeit bij consumenten die gezondere, meer natuurlijke alternatieven zoeken voor traditionele frisdranken. Deze 'moderne frisdranken' zetten in op smaak en design, met smaken zoals yuzu of hibiscus/roos, verpakt in mooie minimalistische blikjes.



April 2025

Het management van **Spa Monopole** onthult een ambitieus investeringsplan. Tussen 2025 en 2027 zal ongeveer 40 miljoen euro in de fabriek worden geïnvesteerd, met name om bestaande productielijnen te renoveren, een nieuwe lijn toe te voegen en de energie- en milieuprestaties van de site te verbeteren.

April 2025

Het nieuwe **Carola Création-assortiment** komt in de winkels. Beschikbaar in drie smaken (Mojito, Piña Colada en Passion Fizz) zijn deze gearomatiseerde bruiswaters 100% natuurlijke mocktails die een gezond plezier bieden aan consumenten die alternatieven zoeken voor suikerhoudende en alcoholische dranken.



KUMULUS

Mei 2025

The Source kondigt een investering aan in de Frans-Tunesische start-up **Kumulus**. Dit bedrijf heeft een revolutionaire technologie ontwikkeld die drinkwater uit de luchtvochtigheid haalt – zelfs in de droogste regio's ter wereld. Deze innovatie kan bijzonder nuttig zijn voor landen die met ernstige waterschaarste kampen.

ONZE HOOGTEPUNTEN VAN HET JAAR



Mei 2025

De **20 km van Brussel** is opnieuw een groot succes, met bijna 49.000 deelnemers. Als partner van het evenement sinds 40 jaar zorgt **SPA** ervoor dat lopers en wandelaars goed gehydrateerd blijven door natuurlijk mineraalwater te verdelen op verschillende punten langs het parcours en aan de finish.



Oktober 2025

Ter gelegenheid van zijn 25-jarig bestaan opent de site van **Bru-Chevron** haar deuren voor het publiek tijdens de Journée Découverte Entreprises. Meer dan 1.250 bezoekers krijgen de unieke kans om de twee productielijnen in werking te zien en de teams te ontmoeten. Voor deze gelegenheid onthult de Belgische kunstenaar **Charles Kaisin** een speciaal voor BRU gemaakt kunstwerk: een prachtig hert samengesteld uit 3.900 origami's, geïnstalleerd in de fabriek.

Oktober 2025

Het vierde schooljaar van het programma '**Enter the Green Circle**' gaat van start, waarmee Devin eco-educatie rechtstreeks naar de klaslokalen brengt. Dit jaar sloten 150 nieuwe scholen en kleuterscholen zich aan bij het Bulgaarse **Eco-Schools-netwerk**, waardoor meer dan 68.000 kinderen leren dragen voor water, energie en biodiversiteit.



Juni 2025

Spa Monopole en het **Parc naturel des Sources** ondertekenen een nieuwe overeenkomst voor vijf jaar. In het kader van dit partnerschap zal Spa Monopole 750.000 euro toekennen aan het Parc naturel des Sources om verschillende initiatieven rond 'regeneratieve hydrologie' uit te voeren.

HET DOEL van deze aanpak voor herstel van de watercyclus is de biodiversiteit te bevorderen en vooral de veerkracht van ecosystemen tegenover klimaatverandering te versterken.

November 2025

Carola en **Wattwiller** winnen de Juryprijs ter gelegenheid van het 10-jarig bestaan van het label **Alsace Excellence**. Deze prijs erkent Spadel France voor zijn duurzaam beheer van waterbronnen, zijn steun aan lokale initiatieven, zijn ambitieuze verpakkingsstrategie en zijn acties ter bevordering van het welzijn van werknemers.



November 2025

Devin huldigt een nieuw magazijn in in **Plovdiv**. Dit moderne logistieke centrum biedt snelle toegang tot klanten in de stad en efficiënte verbindingen met de belangrijkste transportassen, waardoor snellere leveringen mogelijk zijn zowel binnen Plovdiv als naar de **Trakia Economic Zone**, de grootste industriële zone van Bulgarije.

December 2025

The Source investeert in **Pulse Protein**, een innovatieve Belgische start-up gespecialiseerd in 100% natuurlijke en lokaal geproduceerde eiwitproducten. Opggericht door Emna Everard en Alain Etienne, de oprichters van Kazidomi, is Pulse Protein een veelbelovend nieuw merk met als missie plantaardige eiwitten toegankelijk te maken voor een breder en diverser publiek.



December 2025

Spa Monopole, de **Stad Spa** en **Spray Can Arts** onthullen officieel de grootste streetartmuur van Wallonië. Deze gigantische Pierrot van 3.000 m² bedekt een volledige zijde van de Spa Monopole-fabriek. Het kunstwerk is gesignd door Sozyone, een van de belangrijkste Belgische streetartkunstenaars, en zal uitgroeien tot een nieuw emblematisch herkenningspunt van de Stad Spa.

ONZE PRESTATIES 2025

Onze kernindicatoren laten zien dat we groeien met aandacht voor mens en milieu. Ze tonen ook dat we stappen zetten om onze ecologische impact te verkleinen, lokaal blijven investeren en dat onze merken in verschillende landen een sterke positie innemen.

*Cijfers zijn belangrijk.
Maar alleen als ze iets vertellen...*



FINANCIËLE CIJFERS

OMZET

399,5 MIO €

(+11,8 % VS 2024)

EBITDA

85,8 MIO €

(+20,2% VS 2024)

1

OP DE MARKT VAN GEBOTTELD
WATER IN DE BENELUX

NETTORESULTAAT

51,2 MIO €

(+24,8 % VS 2024)

INVESTERINGEN

32,3 MIO €

(+37% VS 2024)

**REGIONAAL
LEIDER**

IN DE ELZAS

BRUTODIVIDEND

4,0 €

(+25 % VS 2024)

LITERS

1.158 MIO LITER

(VS 1.070 MIO L EN 24)

**NATIONAAL
LEIDER**

IN BULGARIJE

EBIT

61,7 MIO €

(+26,6% VS 2024)

MEDEWERKERS

1.416



NIET-FINANCIËLE CIJFERS

MEER DAN

4,4%

VAN ONS NETTORESULTAAT WORDT TER BESCHIKKING GESTELD OM LOKALE PARTNERS EN LOKALE SOLIDARITEITSACTIES TE ONDERSTEUNEN

1,7 L/L

IN 2025, GEMIDDELDE HOEVEELHEID WATER VEREIST OM ÉÉN LITER WATER OF FRISDRANK TE PRODUCEREN

22.748 HA

BESCHERMDE NATUUR

100%

ALLE BRONNEN ZIJN GECERTIFICEERD VOLGENS DE ALLIANCE FOR WATER STEWARDSHIP PLATINUM-NORM

81.577 MWH

ENERGIEVERBRUIK (+6% VS 24) WAARVAN 43,14% HERNIEUWBAAR

30%

RPET IN HET GAMMA VAN PLASTIC FLESSEN VOOR EENMALIG GEBRUIK

48%

VAN DE LEVERANCIERS VAN SPADEL HEBBEN DOELSTELLINGEN OP BASIS VAN WETENSCHAP VOOR HET VERMINDEREN VAN HUN CO₂-VOETAFDruk



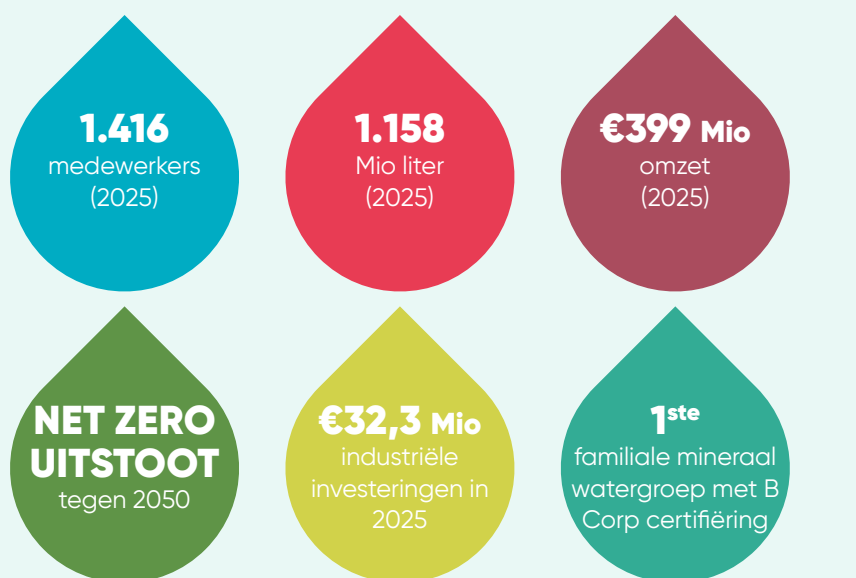
Onze identiteit

Spadel is geen multinational zonder gezicht.
Wij zijn een huis van sterke regionale merken.
Dichtbij. Betrokken. Verantwoordelijk.
Verankerd in hun territorium, van de Belgische Ardennen tot de Franse Vogezen, tot in Bulgarije.

Met Spa, Bru, Carola, Wattwiller, Devin en Zyla bieden wij:

- ♻️ mineraalwaters
- ♻️ bronwaters
- ♻️ limonades en mocktails
- ♻️ innovatieve en functionele dranken

**Altijd geïnspireerd door dezelfde vraag:
Is het goed voor de mens
en voor de natuur?**





Spa Monopole
Spa, België

Natuurlijke mineraalwater
Gearomatiseerd water
Limonade

507 medewerkers
8 productielijnen



BRU-Chevron
Lorcé, België

Natuurlijk mineraalwater

27 medewerkers
2 productielijnen



Eaux minérales
de Ribeauvillé, Frankrijk
Bronwater
Gearomatiseerd water

64 medewerkers
2 productielijnen



Grandes sources
de Wattwiller, Frankrijk
Natuurlijk mineraalwater

50 medewerkers
1 productielijn



Devin, Bulgarije
Natuurlijk mineraalwater
Bronwater
Gearomatiseerd water

629 medewerkers
6 productielijnen



ONZE STRATEGISCHE PRIORITEITEN



**Gezondere
natuurlijke
dranken
aanbieden**



**Samen werken
aan respect voor
onze planeet**

BIJ SPADEL BEGINT ALLES BIJ WATER. ZONDER ZUIVER WATER, GEEN STERKE MERKEN. EN ZONDER STERKE MERKEN, GEEN DUURZAAM BUSINESSMODEL.

DAAROM MAKEN WIJ EEN DUIDELIJKE KEUZE: STERKE LOKALE VERANKERING.

Daarom kiezen we resoluut voor een lokaal model: productie aan de bron, consumptie dichtbij.

Meer dan 95% van onze producten blijft binnen 500 km.

Dat beperkt transport, versterkt lokale economieën en verkleint onze ecologische voetafdruk.

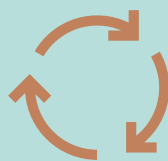
Onze ambitie is om een regionale leider te worden van natuurlijke dranken in Europa van natuurlijke dranken. Overtuigd dat wij moeten beschermen wat ons laat groeien, is onze groei gebaseerd op relevante en nuttige innovaties: gezondere dranken, de ontwikkeling van nieuwe categorieën, steeds duurzamere verpakkingen en gerichte investeringen in start-ups die onze visie delen via **The Source Ventures**.

Wij focussen op natuurlijke mineraalwaters en gezondere dranken, met 98% van onze volumes geclassificeerd als Nutri-Score A, B of C.

Tot slot investeren wij waar het telt: in onze productievestigingen, in onze merken en in onze teams. In één jaar werd meer dan 30 miljoen euro besteed aan onze industriële installaties. Altijd met dezelfde overtuiging: de lange termijn moet onze keuzes sturen.



**Een team
ontwikkelen
gedreven door
een duidelijk
doel**



**Een duurzame
transformatie
stimuleren**



**Uitblinken
in de
uitvoering**

DUURZAAMHEID

RE-GENERATION 2030 benadrukt de duurzaamheidsambities van Generation 2030. Wij willen de betrouwbare partner zijn voor mensen die op zoek zijn naar lokale, gezondere en natuurlijke dranken, en zo duurzame waarde creëren voor iedereen. Samen bouwen we aan duurzame waarde – voor iedereen.

GEZONDERE NATUURLIJKE DRANKEN



Ondersteund door de meest recente inzichten bieden wij **natuurlijk mineraalwater als de puurste en gezondste manier om te hydrateren**.

Voor momenten van pure ontspanning of functionele behoeften bieden **we dranken met een steeds verbeterd voedingsprofiel**, gemaakt met uitsluitend **natuurlijke ingrediënten**.

WATERCYCLI BESCHERMEN EN REGENEREN



We gebruiken water verantwoord en putten **altijd minder dan de natuur op natuurlijke wijze** kan aanvullen.

Samen met onze stakeholders beschermen **we onze bronnen en de omliggende ecosystemen** om de zuiverheid van ons natuurlijke water te garanderen.

We werken actief aan het verbeteren van natuurlijke watercycli zodat **onze bronnen toekomstbestendig zijn**.

LOKAAL HANDELEN EN BETROKKEN ZIJN



We willen een plek zijn waar mensen graag werken, met een focus op **welzijn en veiligheid, ontwikkeling van competenties en betrokkenheid**.

Ons model is van nature lokaal. Onze waterflessen mogen niet verder reizen dan 500 km van de bron, en **we herinvesteren 5% van onze winst in lokale gemeenschappen**.

HERBRUIKBARE VERPAKKINGEN VERSNELLEN



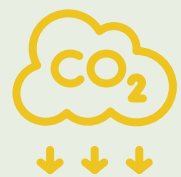
We innoveren en promoten herbruikbare verpakkingen van retourneerbare glazen flessen tot **bag-in-box** ontworpen voor navulbare verpakkingen.

Tegelijkertijd

- integreren we meer gerecyclede materialen
- verminderen we het gewicht van onze verpakkingen
- en verbeteren we de inzameling van flessen.

Deze acties brengen ons een **stap dicht bij een circulaire economie** met minder verpakkingsafval en minder plastic voor eenmalig gebruik.

ONZE CO₂-VOETAFDruk VERKLEINEN RICHTING NET ZERO



Actie ondernemen tegen klimaatverandering kan niet wachten.

Daarom engageren wij ons om tegen **2050 Net Zero** te bereiken, in lijn met het Science Based Targets-initiatief.

Ons doel is duidelijk: **de uitstoot terugbrengen tot zo dicht mogelijk bij nul**.

Tegen **2030** zullen we belangrijke vooruitgang boeken door:

- het energieverbruik in onze fabrieken te verminderen en ze milieuvriendelijker te maken,
- de uitstoot door verpakkingen en transport samen met onze partners te verminderen.



Onze milieu-impact minimaliseren

Met **Generation 2030** zetten we een duidelijke koers uit. Een geïntegreerde strategie die onze groei ondersteunt, duurzaamheid centraal plaatst en richting geeft aan elke beslissing. Transparant, ambitieus en concreet.

BIJ SPADEL ONDERSTEUNT DUURZAAMHEID DE STRATEGIE NIET: ZE STUURT ZE.

Door waterbronnen te beschermen, biodiversiteit te versterken, CO₂-uitstoot te verminderen en herbruikbare verpakkingen te ontwikkelen, maken wij onze onderneming sterker en veerkrachtiger. Voor ons begint duurzaamheid aan de bron.

Ons water stroomt vandaag door meer dan 22.000 hectare beschermde zones. Want wanneer de natuur gezond is, is het water dat ook. Maar beschermen volstaat niet. In elk land waar wij actief zijn, ondersteunen wij projecten van regeneratieve hydrologie en biodiversiteit, in samenwerking met lokale partners en met respect voor ecosystemen die

vaak ouder zijn dan wij. Dit engagement vertaalt zich in concrete doelstellingen: 30% herbruikbare verpakkingen tegen 2030, een traject naar Net Zero in 2050.

De natuurlijkheid stuurt ook de ontwikkeling van onze dranken: meer dan 95% van onze ingrediënten is van natuurlijke oorsprong. Wat geen plaats heeft in de natuur, heeft geen plaats in onze producten. Deze aanpak heeft ons de B Corp-certificering opgeleverd. Niet omdat wij perfect zijn, maar omdat wij vooruitgaan met een duidelijke koers. In elk land waar wij actief zijn, ondersteunen wij minstens één concreet

project ten voordele van de natuur, in samenwerking met lokale partners en met respect voor ecosystemen die vaak ouder zijn dan wij.

Wanneer de natuur gezond is, is het water dat ook.

Niet als compensatie, maar als engagement.

Omdat de bron vandaag beschermen betekent de toekomst van Spadel morgen verzekeren.



Innovatie ALS MOTOR VAN GROEI

Bij Spadel heeft innovatie als doel relevant te blijven voor de samenleving. Van natuurlijke mocktail-wateren tot functionele dranken met vitamines: we blijven inspelen op nieuwe behoeften. Ook onze verpakkingen evolueren: duurzaam, praktisch en afgestemd op de toekomst met circulaire oplossingen.



Ook in 2025 zijn de verschillende merken van de Spadel Groep blijven inzetten op innovatie, nieuwe drankconcepten met: minder suiker, meer natuurlijkheid en nieuwe formaten.

De gearomatiseerde bruiswaters met mocktail-smaak hebben steeds meer consumenten aangetrokken op onze verschillende markten: het gamma **SPA Touch** werd uitgebreid met nieuwe smaken in de Benelux, terwijl de mocktails **Carola Création** in Frankrijk werden gelanceerd en de **mocktails Devin Air** in Bulgarije.

Het succes van deze gezonde en natuurlijke gearomatiseerde bruiswaters, die een zeer interessant alternatief vormen voor alcoholische en suikerrijke dranken, toont het vermogen van Spadel om in te spelen op de evolutie van de behoeften van de consumenten.

Onze milieuvriendelijkere grootverpakkingen 'bag-in-box' spreken eveneens een steeds breder publiek aan. De verkoop van de **Eco Pack SPA Reine 5 liter en 10 liter** is blijven toenemen in de Benelux, terwijl de Fontaine **Wattwiller 5 liter** ook zijn groei voortzet op de Franse markt. Een **Fontaine van 10 liter** zal in 2026 verschijnen dankzij een nieuwe productielijn in Wattwiller.



In 2025 bevestigt Spadel zijn innovatiekracht door in te spelen op de nieuwe verwachtingen van consumenten, met aandacht voor natuurlijkheid, duurzaamheid en nieuwe gebruiksmomenten.

In 2025 heeft Spadel ook de ontwikkeling voortgezet van zijn twee innovaties die in 2024 werden gelanceerd: **Spa Fountain**, dat zich richt op de kantoormarkt in de Benelux dankzij hoogtechnologische koelapparaten die werken met de **Eco Pack 10 liter van Spa Reine**, en **Zyla**, een 100% natuurlijke energiedrank die verschillende energieniveaus biedt afhankelijk van de behoeften van de consumenten



VERKENNEN

buiten onze kernactiviteiten

Opgericht in juni 2021, investeert het durfkapitaalfonds van de Groep, The Source Ventures, in veelbelovende startups uit de dranksector en gezondheid en duurzaamheid, die ze begeleidt via strategische en financiële ondersteuning.

Wij ondersteunen hun concepten die gezondheid en duurzaamheid combineren.

Sommige initiatieven vinden onmiddellijk hun publiek.

Andere hebben meer tijd nodig.

Maar elke ervaring drijft ons vooruit.



The Source

VENTURES



INVESTERINGEN IN 4 STARTUPS IN 2025

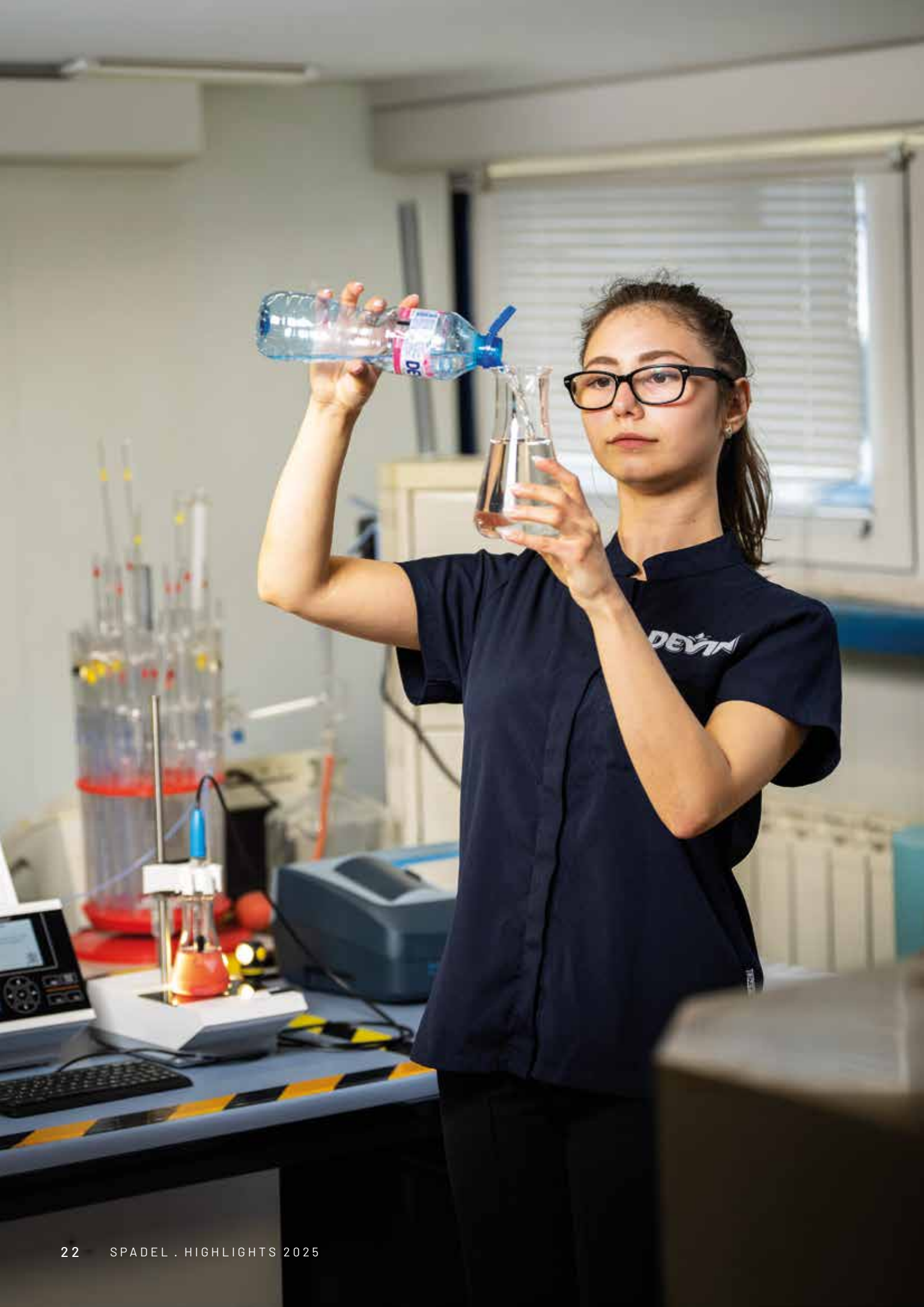
Begin maart 2025 investeert het fonds in **Cherico**, een Franse startup opgericht in 2023, die chicorei heruitvindt als een gezond en biologisch alternatief voor koffie. Enkele weken later neemt het een participatie in de Britse **Something & Nothing**, producent van natuurlijke limonades met verfijnde smaken, al aanwezig in het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten en Nederland, en die nu de rest van Europa viseert.

In mei ondersteunt het fonds **Kumulus**, een Frans-Tunesisch bedrijf dat drinkbaar water kan produceren uit luchtvochtigheid, en midden december investeert het in **Pulse Protein**, gespecialiseerd in 100% natuurlijke en lokale eiwitproducten.

Met **Qallo**, **Dripl** en **The Mocktail Club**, die in 2023 zijn toegetreden, telt The Source Ventures nu zeven jonge bedrijven.



THESOURCEVENTURES.COM/PORTFOLIO



Wat ons onderscheidt

DE 'SPADEL WAY' IS MEER DAN EEN PRODUCT, HET IS EEN MANIER VAN WERKEN:

LOKAAL VERANKERD

Onze bronnen zijn een verantwoordelijkheid, geen grondstof.
Merken, teams en markten binnen een straal van 500 km.

LANGETERMIJNDENKEN

Wij bouwen waarde voor generaties.
Respect voor mens en natuur is ons principe, geen compromis.

INNOVATIE EN LEREN

Vooruitgang begint met durven proberen.
Innoveren doen we met intentie: het leven verbeteren.

SAMEN STERKER

Met collega's, partners, gemeenschappen.
Bij ons werk je niet alleen aan producten, maar aan impact.
Je maakt deel uit van betrokken teams, met ruimte om te groeien, te leren en te verbeteren.
We zoeken geen perfecte profielen. Wel mensen die willen bouwen.





KUNST DIE VERBINDT

In 2025 zagen twee artistieke initiatieven het licht op de sites van Bru en van Spa Monopole. Naast de artistieke creatie getuigen deze projecten van de betrokkenheid van de medewerkers, van de band met de lokale gemeenschappen en van de gedeelde trots rond onze merken. Zij vertellen een verhaal: dat van een water dat verbindt.

“Het feit dat deze creaties plaatsvinden in het hart of op de muren van de fabrieken is niet toevallig. Want wanneer kunst zich in het hart van onze fabrieken nestelt, wordt het ook een manier om te vertellen wat ons samenbrengt.”

Marc du Bois, CEO van de Spadel Groep

BRU – EEN VERJAARDAG IN HET TEKEN VAN HET HERT

In oktober 2025 viert Bru 25 jaar botteling op zijn site. Voor deze mijlpaal ontwierp de Belgische designer Charles Kaisin een exclusieve limited edition fles, aangevuld met verfijnd herontworpen glazen.

Als designer en kunstenaar werkte Charles Kaisin samen met iconische namen uit de luxewereld, waaronder Hermès, Delvaux, Rolls-Royce en Pierre Marcolini. Zijn internationale bekendheid dankt hij aan zijn surrealistische diners, waarin gastronomie en scenografie naadloos samensmelten tot een unieke beleving, evenals aan zijn betekenisvolle origami-projecten voor het goede doel.

Blikvanger van het Bru-moment is een indrukwekkend kunstwerk in het hart van de fabriek: een majestueus hert – het iconische symbool van Bru – opgebouwd uit 3.900 gouden origami's. Het kunstwerk brengt alles samen waar Bru voor staat: de natuur, de sprankeling en de mensen achter het merk. De viering kreeg ook een warm vervolg.

Dankzij een speciale productie door de teams werd meer dan 20.000 euro ingezameld voor de vzw CMH (Centre Médical Hélicoptère) in Bra-sur-Lienne.



SPA – EEN FRESCO OM VERLEDEN EN HEDEN TE VERBINDEN

In december 2025 onthult Spa Monopole een indrukwekkende muurschildering die de iconische Pierrot uit 1923 een hedendaagse twist geeft.

Het werk, gecreëerd door kunstenaar **Sozyone**, beslaat de volledige gevel van de fabriek: 145 meter lang en bijna 3.000 m² groot – de grootste street art muurschildering van Wallonië. Zichtbaar vanaf het station van Spa maakt het deel uit van een breder stadsinitiatief om het straatbeeld te versterken en het parcours van muurschilderingen verder uit te bouwen.

In een moderne interpretatie reikt Pierrot vooruit als een superheld – een krachtig symbool dat deze historische figuur nieuwe energie en betekenis geeft.