

Arcachon

La Source des Abatilles mise aussi sur l'export

ÉCONOMIE La Source des Abatilles a investi 6,5 millions d'euros en 2018, ouvert un entrepôt à La Teste-de-Buch et veut se développer à l'international

David Patsouris
d.patsouris@sudouest.fr

Ce jeudi matin, la Source des Abatilles, reprise en 2013 par Jean Merleau (le PDG) et Hervé Maudet (le DG), fait le point. Donnons quelques chiffres : de 2014 à 2018, le volume de bouteilles vendues est passé de 44 à 48 millions (+9%) mais le chiffre d'affaires est grimé de 7,5 à 11,5 millions d'euros (+53%). Comment est-ce possible ? Par la stratégie choisie : la « premiumisation » de la marque. En clair, miser sur la qualité (et donc un prix plus haut) que sur le volume.

« Cette source a été découverte en 1923, exploitée en 1925, elle est unique, rappelle Jean Merleau. Nous sommes en centre-ville, alors nous faisons monter en gamme la marque tout en maîtrisant le volume. » Le secteur est ultra-concurrentiel, détenu par des multinationales et les marges sont plutôt faibles. Puisque la Source ne gagnera jamais la bataille des volumes, il a fallu trouver une autre stratégie.

11 millions d'euros investis

« Au départ, la rentabilité de la Source était loin d'être évidente, confie Jean Merleau. Mais il fallait sauver ce patrimoine. » Les deux associés ont misé sur le haut de gamme. Aujourd'hui, la Source sert 1 500 restaurants en France et 13 des 14 étoiles de Gironde. « Nous sommes premiers dans notre département pour les restaurants, parce que les chefs sont sensibles à la qualité, et troisième sur la grande distribution, sourit Hervé Maudet. Localement, nous avons



Hervé Maudet, le directeur général, et Jean Merleau, le PDG de la Source des Abatilles, devant la nouvelle ligne d'embouteillage de la gamme « Bordelaise » PHOTO D.P.

notre place. » 50 000 bouteilles d'eau des Abatilles sont ouvertes chaque jour à Bordeaux.

La Source a beaucoup investi. Dans les hommes (de 21 à 45 salariés). Et dans les outils : 11 m€ depuis 2013, dont 6,5 m€ en 2018. Le tout pour avoir deux lignes d'embouteillage neuves. La première, pour l'eau de tous les jours, produit désormais 20 000 bouteilles à l'heure. La seconde, pour la fameuse bouteille « Bordelaise », mise en marche en 2018, passe la capacité de production de 2500 à 8 à 10 000 bouteilles à l'heure. Enfin, la Source a racheté un entrepôt de stockage dans la zone industrielle de La Teste, ce qui permet de limiter les allers-retours des camions de livraison depuis Arcachon.

Aujourd'hui, l'entreprise est encore endettée. « Notre grande chance, lors du rachat, avoue Jean Merleau, c'est que les taux d'intérêts étaient très bas, moins de 1%,

et cela change le raisonnement économique. Voilà pourquoi nous avons pu autant investir. » Certes, mais il faut bien rembourser, un jour, non ?

Neuf mois de procédure

« Il faut trente ans pour que la marque soit vraiment reconnue, assure le PDG. Mais nous commençons à gagner de l'argent. Nous avons des dettes mais des perspectives nous permettant de penser que nous rembourserons sans le moindre problème. Il y a six ans, nous ne pensions pas en être là où nous sommes aujourd'hui. Nous savions qu'il y avait un marché mais nous ne pensions prendre cette place dans des délais aussi courts. »

La Source a installé une image, avec des partenariats (les Girondins de Bordeaux, l'UBB, les associations du Bassin, etc.), de réseaux (Jean Merleau et Hervé Maudet

sont issus du monde du vin et l'eau servie au dernier dîner de l'union des grands crus à Hong Kong était de celle de la Source) et de positionnement premium dans la communication.

Le grand chantier de l'entreprise se situe à l'export qui, pour le moment, représente 2,5 % du chiffre d'affaires. Un service de quatre personnes a été créé. « Nous partons de zéro, consent Hervé Maudet. Faire entrer de l'eau dans un pays est pire que d'y faire entrer du vin. Il faut parfois plus de neuf mois de procédure. Nous avons pénétré 23 pays en deux ans, en Asie, parce qu'ils sont sensibles à l'absence de nitrate, mais aussi en Europe, au Moyen-Orient, au Mexique, en Lettonie, etc. »

Mercredi soir, la Source a reçu sa première commande de Russie : 23 palettes ! Et elle espère vite s'implanter au Brésil, au Pérou, aux Philippines, etc.



LE PIÉTON

constate que la marque « Bassin d'Arcachon » fait sa pub jusque sur les plus hauts sommets d'Europe. En effet, la société « ULM Évasion Alpes Océan » a inscrit le logo de la marque sur les ailes de ses ULM qui font faire aux touristes le tour des Trois vallées, le plus grand domaine skiable du monde. Il regroupe notamment les stations de Courchevel, des Menuires, de Val Thorens ou encore Méribel. Après tout, s'ils vont au ski l'hiver, ces vacanciers iront peut-être sur le Bassin cet été, non ?



PHOTO ULM ÉVASION ALPES Océan

UTILE

SANTÉ

Médecin de garde. Composer le 15.

Arcachon Santé Numéro Vert : 0 800 000 375, la semaine de 20 h à 8 h, le week-end du samedi 14 h au lundi 8 h, le dimanche et jours fériés 24 h/24.

AUJOURD'HUI

Bibliothèque municipale. 1, cours Tartas, Maison des associations. Tél. 05 56 22 58 47.
Bibliothèque pour tous. 4, avenue de la République. Tél. 05 56 54 95 42.
Office municipal de tourisme. Esplanade Pompidou. Tél. : 05 57 52 97 97. Du lundi au samedi de 9 h à 18 h 30, le dimanche de 10 h à 13 h et de 14 h à 17 h.
Bibliothèque sonore. Siège bibliothèque municipale, 51, cours Tartas (ouvert aux malvoyants). Tél. 05 56 83 85 09.

Égérie et nouvelle étiquette

Hier, les dirigeants de la Source des Abatilles ont présenté la nouvelle étiquette de la marque conçue par l'agence Hello. Elle ne change pas radicalement, elle évolue : la signature « Arcachon » comme une « invitation au voyage », comme « si on emportait un bout du Bassin avec soi », le bandeau bleu blanc rouge pour rappeler le made in France (« Toutes nos matières premières viennent de France ») avec les mots « zéro nitrate », beaucoup de blancheur pour « rappeler la

pureté du produit », une nouvelle typographie, le logo de la marque « Bassin d'Arcachon » sur les bouteilles de l'eau de tous les jours, pas sur la Bordelaise, etc.

« C'est un lifting, explique le responsable de l'agence Hello. L'étiquette n'avait pas bougé depuis six ans. » Elle s'accompagne d'un nouveau spot de pub destiné aux réseaux sociaux qui s'offre, comme égérie, une Brigitte Bardot au plus fort de sa beauté.

D. P.



La nouvelle étiquette des Abatilles. D.P.

| | |
|--|---|
| <p>TOLEDANO COMMISSAIRES-PRISEURS</p> | <p>Samedi 19 Janvier 10h-18h ESTIMATIONS GRATUITES</p> |
| <p>ARCACHON 135, crs Lamarque 05.57.52.74.60 www.toledano.fr contact@toledano.fr</p> | <p>Avez-vous des trésors ? Rencontrez nos experts en armes anciennes, bijoux, sculptures et instruments de musique.</p> |