

ABATILLES, LA MARQUE PREMIUM D'ARCACHON, DÉBARQUE EN BELGIQUE

# L'eau comme un grand cru

*Découverte par hasard en 1923 dans le quartier des Abatilles, la Source Sainte-Anne a longtemps permis à Arcachon d'être un centre thermal très couru. Aujourd'hui propriété de deux acteurs du monde du vin bordelais, l'Eau des Abatilles est devenu incontournable sur les tables d'Aquitaine et dans les restaurants gastronomiques de France. Elle est disponible en Belgique depuis le 1<sup>er</sup> août.* XAVIER BEGHIN

Les habitués l'appellent le Bassin. Arcachon, le Cap-Ferret, la Dune du Pilat, autant de noms qui fleurissent bon les vacances. Sans oublier les huîtres et les paillotes. C'est dans ces paysages de rêve qu'en 1923, un ingénieur breton répondant au doux nom de Louis Le Marié découvre, à 472 m de profondeur, une source d'eau chaude sulfureuse à 25°C. Dire qu'il cherchait du pétrole...

Les analyses de l'Académie de médecine révèlent à l'époque la faible minéralité, la thermalité, la pureté absolue et l'équilibre parfait de l'Eau des Abatilles. Il n'en faut pas plus pour lancer les activités: embouteillage, établissement thermal, parc paysager et un kiosque où l'on peut goûter cette eau. Aujourd'hui, il ne reste plus rien de cette activité thermique. Sauf le kiosque ouvert en été lors des visites de la Source Sainte-Anne, baptisée ainsi par Le Marié en hommage à la sainte patronne de la Bretagne. La Seconde Guerre mondiale et la reprise de la Société Thermale des Abatilles par Vittel ont mis fin aux visites des curistes à Arcachon. Vittel avait choisi de préférer... Vittel!

## Un renouveau en deux temps

La marque va alors vivoter pendant de très nombreuses années d'abord sous l'égide de Vittel puis de Nestlé Waters à partir de 1991 après le rachat du groupe Perrier Vittel. On ne lui donne pas les moyens de se développer et les pertes commencent à s'accumuler dangereusement. En 2008, Roger

Padois, natif d'Arcachon, décide de racheter la Société des eaux minérales d'Arcachon qui assure l'exploitation de l'Eau des Abatilles. Demi-frère du maire de la ville, l'homme a travaillé dans les hautes sphères du monde du tabac tant chez Philip Morris que chez Gallaher Ltd dont il fut vice-président. Il s'associe alors à un homme d'affaires français très actif dans la gastronomie, Olivier Bertrand, propriétaire, entre autres, de la célèbre Brasserie Lipp à Paris. Les deux associés relancent la production d'eau gazeuse. Ils créent une autre marque d'eau de source naturelle appelée Source des Pins issue d'un forage voisin. Elle fait rapidement un tabac dans la grande distribution, notamment chez Monoprix. Enfin, ils créent une nouvelle ligne d'embouteillage afin de sortir une gamme baptisée Bordelaise, soit des bouteilles d'eau plate et pétillante Abatilles Sainte-Anne qui reprennent la forme caractéristique de la bouteille de vin de Bordeaux. C'est un succès et, en quatre ans, le chiffre d'affaires de la société double: de 3,6 millions d'euros en 2008 à 7,5 millions en 2012.

En 2012, le renouveau de l'Eau des Abatilles prend un nouveau tournant. Proche de la pension, Roger Padois souhaite prendre du recul. Quant à Olivier Bertrand, il désire se concentrer sur son cœur de métier. Bien lui en a pris, puisqu'il est aujourd'hui à la tête, entre autres, de Quick et Burger King France, et vient de racheter le groupe Flo.

Les entrepreneurs Hervé Maudet et Jean Merlaut entrent alors dans la

danse. «Ce rachat est vraiment un pur hasard, se souvient Hervé Maudet. J'ai déjeuné avec Roger Padois chez un ami restaurateur à Arcachon. En sortant du restaurant, il m'invite à aller voir la Source. Moi, je ne connaissais rien au monde de l'eau et je n'avais jamais envisagé d'y acheter quoi que ce soit. Et j'ai eu un coup de cœur absolu. J'ai appelé Jean sur le parking à la sortie de la visite. Je lui ai dit: 'Jean, c'est à prendre et je pense que c'est pour nous'. Il n'y avait donc aucune stratégie préconçue. Mais j'avais déjà le sentiment que c'était une marque extraordinaire: qualité de l'eau, provenance, histoire et son format bordelais.»

## Identité bordelaise

Hervé Maudet est actif dans le négoce du vin depuis le début des années 2000 via sa société MVins. Elle est spécialisée dans la distribution de vins pour la restauration. Jean Merlaut, lui, est issu d'une grande famille du vin et du négoce bordelais (groupe Tailan). Cette famille est propriétaire du Château Chasse-Spleen, cru bourgeois exceptionnel à Moulis, Château Ferrière, un margaux 3<sup>e</sup> grand cru classé au classement de 1855 ou encore Château Haut-Bages Libéral, un paulliac 5<sup>e</sup> grand cru classé. Quant à Jean, il se «contente» du Château Gruaud Larose, un saint-julien 2<sup>e</sup> grand cru classé. Il l'a racheté à Alcatel en 1997 pour un prix qui dépassait à peine la valeur du stock de bouteilles... Il est aussi propriétaire du Château de Malagar qui appartenait à François Mauriac et qui héberge le centre culturel dédié à l'écrivain. Ainsi que quelques beaux domaines en appellation Cadillac, Côtes de Bordeaux comme le Château Sainte-Catherine. Deux hommes du vin lancés dans l'or bleu...

«Je n'ai pas hésité une seule seconde, confie Jean Merlaut. C'est la meilleure source du monde. Pour les Abatilles, il me semblait essentiel de conserver l'identité bordelaise de cette source. Il y



**BOUTEILLE BORDELAISE**  
Depuis 2012, le chiffre d'affaires de ce format élégant a été multiplié par sept.  
Il fait un tabac dans la restauration.



LE KIOSQUE de la Source Sainte-Anne à Arcachon.

PHOTOS : PG



## L'EAU DES ABATILLES EN CHIFFRES

# 1923

Découverte de la Source Sainte-Anne

# 10,5

millions d'euros

Le chiffre d'affaires 2017

# 46

millions

La production de bouteilles en 2017

# 30

pour cent

La part du chiffre d'affaires réalisée dans la restauration

# 7

millions

Les investissements sur l'outil consentis depuis la reprise en 2012

« a une pression immobilière intense à Arcachon et dans le Bassin en général. J'ai vraiment l'impression qu'Hervé et moi avons permis de sauver l'Eau des Abatilles qui n'a pas que des amis. Et ce format bordelais est une vraie trouvaille. Il faut quand même rendre à César ce qui est à César. L'idée vient au départ des restaurateurs d'Arcachon il y a bien longtemps. Ils voulaient bien mettre l'eau sur leurs tables mais ils trouvaient le packaging guère engageant. Alors, certains servaient l'Eau des Abatilles dans des bouteilles de vin. »

### De lourds investissements

Arrivés aux commandes, les deux partenaires décident de jouer la carte du premium, conscients des limites de leur belle implantation dans un beau quartier résidentiel d'Arcachon. ➤

«C'est la quadrature du cercle, explique Hervé Maudet, aujourd'hui directeur général de la Source. Nous sommes limités par notre espace et nous ne pourrions donc jamais produire des centaines de millions de bouteilles. D'ailleurs, nous ne prélevons que la moitié de ce qui est autorisé. Produire c'est bien, mais il faut pouvoir stocker et c'est un problème ici. La seule solution pour garantir la pérennité de la marque, c'était, et c'est toujours d'ailleurs, de monter en gamme. C'est tout le sens de cette belle bouteille bordelaise. Depuis notre reprise, le chiffre d'affaires de ce format, qu'il soit en verre ou en plastique, plat ou pétillant, a été multiplié par sept. Aujourd'hui, l'activité restauration, cible idéale de ce format élégant, correspond à 30% de notre chiffre d'affaires, contre 5% il y a cinq ans.»



**HERVÉ MAUDET ET JEAN MERLAUT**  
Arrivés aux commandes de l'entreprise en 2012, les deux partenaires ont décidé de jouer la carte du premium.

En cinq ans, le duo a fait progresser le chiffre d'affaires de près de 30% pour arriver à 10,5 millions l'an dernier et une production de 46 millions de bouteilles. Ce résultat, comme la poussée dans le secteur horeca, Hervé Maudet et Jean Merlaut le doivent à leurs réseaux et à leur stratégie de marketing. «Nous avons décidé de travailler en profondeur, poursuit Hervé Maudet. Pas de publicité en tant que telle mais des partenariats qui font sens et un gros travail sur nos réseaux du vin et de la gastronomie. Nous participons à tous les événements culturels et sportifs de Bordeaux et nous sommes partenaires de la Cité du Vin, de l'Union des Grands crus, du salon Vinexpo, des crus bourgeois du

Médoc ou encore de tous les grands clubs sportifs comme les Girondins de Bordeaux ou l'Union Bordeaux-Bègles en rugby. Ce sont des investissements importants mais ils posent une marque. Au bout de cinq ans, force est de constater que les gens se sont approprié la marque. Elle vit ou plutôt elle revit.»

Dans le même temps, Jean Merlaut et Hervé Maudet auront investi près de 7 millions d'euros dans la modernisation de l'outil de production. Le 13 août, ils ont d'ailleurs inauguré une nouvelle ligne de production du format bordelais. Elle va permettre de sortir 7.000 bouteilles à l'heure (2.700 actuellement) mais aussi de réduire les cadences infernales du personnel (il a pourtant doublé en cinq ans) et sortir des «trois-huit». Un investissement impératif pour soutenir la croissance mais aussi pour permettre de se développer à l'export qui jusqu'ici n'est responsable que de 2% du chiffre d'affaires. Car si l'Eau des Abatilles est massivement présente sur les bonnes tables bordelaises et dans les restaurants étoilés de France, elle est peu vendue à l'étranger.

### Une eau neutre

Pourquoi les Belges devraient-ils se tourner vers l'Eau des Abatilles? D'abord parce que son format bordelais est très élégant sur une table bien dressée. «Aujourd'hui, la qualité d'un produit est rarement mise en avant, conclut Hervé Maudet. Franchement, il ne faudrait pas acheter l'eau en fonction de l'image qu'elle véhicule mais pour ce qu'elle est. Notre eau ne contient aucun nitrate! Son faible taux de résidus secs fait qu'elle est très peu minéralisée. Elle est neutre, comme on dit. Elle convient donc à tout le monde et a des vertus détoxifiantes. Enfin, elle n'est pas typée. C'est fondamental dans la gastronomie. Elle ne déforme pas le goût des plats et n'influe pas plus lors de la dégustation de vins. C'est une qualité que les chefs français apprécient. Pour encore plus accentuer la filiation avec le monde du vin, j'ai eu l'idée de décliner notre eau dans un format magnum. Mais hélas, j'ai dû déchanter: je n'ai trouvé aucun bouchon adapté.» ©

## DE KEYZER DRINKS, DISTRIBUTEUR EXCLUSIF

Depuis le 1<sup>er</sup> août, l'Eau des Abatilles, uniquement la gamme bordelaise en verre et en PET, est disponible en Belgique chez De Keyzer Drinks. Une maison créée en 1934 par le grand-père De Keyzer quand il est devenu embouteilleur pour Stella Artois. C'était l'époque où les brasseries apportaient encore leur bière dans des foudres posés sur des carrioles chez des agents locaux chargés de la distribution.

Aujourd'hui, la maison De Keyzer, située à Zaventem, s'est fortement diversifiée. Outre les eaux, les bières et les cafés, elle présente un catalogue de 1.500 vins dont la plupart des grands crus de Bordeaux qu'elle achète en primeurs. «Mon fils a aussi lancé une activité d'importation de spiritueux, explique Marc De Keyzer. Aujourd'hui, 65% de notre chiffre d'affaires est réalisé par des produits que nous importons en exclusivité. Depuis l'an 2000, nous sommes passés de 2 à 10 millions de chiffre d'affaires et l'ambition est de le doubler dans les 10 prochaines années. Les particuliers peuvent venir acheter à la boutique de Zaventem ou commander et se faire livrer via le site. Nous sommes surtout actifs auprès des entreprises et du secteur horeca. Nous livrons plus de 600 restaurants et brasseries dans un rayon de 50km autour de Zaventem. Bon Bon, Comme Chez Soi, le San Daniele, les restaurants de la famille Niels (Au Vieux Saint-Martin, Canterbury ou encore le Grand Forestier, Ndlr) font partie de nos clients.»

Distribuer l'Eau des Abatilles correspond bien à la stratégie de la famille De Keyzer: chercher l'originalité et la qualité pour fidéliser la clientèle. «Cela fait longtemps que cette eau est dans notre viseur, conclut Marc De Keyzer. A l'occasion du mariage de mon fils, que nous avons organisé au château Smith Haut-Lafitte, je me suis rendu à Arcachon pour entamer les discussions. C'est un magnifique produit qui va marcher chez nous. Tout le monde la propose sur Bordeaux et la folie gagne aussi Paris. Un représentant d'Evian, étonné de voir une bouteille d'Abatilles sur mon bureau, m'a confié que cette marque leur faisait mal et qu'elle leur avait coûté énormément de contrats auprès des restaurants qui leur achetaient leurs bouteilles premiums. Après, je ne veux pas que cela se retrouve partout en Belgique. C'est un produit qui doit rester exclusif et il faudra bien choisir les clients professionnels. Une marque se construit petit à petit et je suis un homme patient. Pour les cafés Molinari, une marque italienne haut de gamme, nous avons débuté par 250kg par an, nous en sommes à 25 tonnes aujourd'hui, uniquement dans l'horeca.»

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