

LE TEMPS

Economie & Finance Jeudi 04 octobre 2007

Comment **Eden Springs** veut développer le marché alémanique de l'eau en fontaine

Par Marie-Laure Chapatte

Depuis son site de Prévèrenge (VD), la filiale helvétique du groupe a construit un réseau dense de distribution. Le leader suisse termine l'intégration de ses quatre acquisitions, dont la société genevoise Bluestream.

Pour beaucoup, c'est devenu un geste quasi machinal au bureau: aller se chercher un verre d'eau à la fontaine. Mais qui sait exactement d'où vient cet or bleu? Depuis son quartier général de Prévèrenge (VD), qui accueille aussi les dirigeants européens, Eden Springs domine le marché suisse. «Avec quelque 25000 fontaines installées et environ 12000 entreprises clientes, nous sommes clairement leader», affirme Jean-Marc Bolinger, patron de la filiale helvétique.

Après avoir entre autres participé à la réorganisation d'Iril (active dans les textiles) et d'Elco (l'ex-division papier de Baumgartner), ce restructurateur est arrivé à la tête de la société vaudoise pour participer à l'acquisition de quatre sociétés, dont la genevoise Bluestream et la zurichoise Waterpoint. Toutes les marques ont disparu au profit d'Eden. «Nous terminons actuellement leur intégration, c'est un exercice très délicat, poursuit le patron. Nous n'avons pas encore atteint le niveau de services que nous devons offrir à nos clients.» Pour compléter ses effectifs, d'une centaine de collaborateurs aujourd'hui, le groupe recrute activement.

Comme le rachat d'Henniez l'a récemment rappelé, la pression sur les prix s'est fortement renforcée en quelques années. Une bonbonne de cinq gallons (19,8 litres) était vendue 30 francs au milieu des années 1990. «Aujourd'hui il est difficile d'obtenir un prix de 20 francs par bouteille. Les grands comptes bénéficient de conditions encore plus favorables», précise Jean-Marc Bolinger. Pour lui, la concentration était inéluctable. Avec neuf filiales de distribution réparties sur le territoire helvétique, la société possède désormais un réseau suffisamment dense pour être efficace.

D'abord implantée en Suisse romande, l'entreprise a, via ces acquisitions, gagné de nombreux clients alémaniques, si bien que ses ventes se répartissent aujourd'hui équitablement entre les deux régions linguistiques. Eden Springs Switzerland devrait atteindre un chiffre d'affaires d'une vingtaine de millions de francs pour l'exercice en cours. Elle ne veut pas dévoiler sa marge bénéficiaire, mais elle affirme que sa rentabilité est tout à fait saine.

En Suisse, «le plus grand potentiel reste outre-Sarine», poursuit Jean-Marc Bolinger, qui veut conquérir des entreprises qui ne sont pas équipées. Une autre source de revenus réside dans les fontaines alimentées directement par le réseau. «D'ici quatre à cinq ans, notre chiffre d'affaires pourrait grimper à 30 voire 40 millions de francs.»

Tout est en place pour y parvenir. La source valaisanne de Dorénaz (lire encadré) pourrait produire plus au besoin. En effet, une seule équipe s'y active malgré la forte augmentation de la production. Le modèle d'affaires d'Eden Springs repose sur une intégration complète de l'entreprise, de la source

automatisée à la logistique. Seule la centrale téléphonique a été transférée à Swisscom. «Sinon, nous maîtrisons tous les métiers et c'est cela qui est passionnant dans cette industrie», estime le patron. Le défi logistique s'avère conséquent, au regard de la problématique écologique notamment.

«Quand les Etats de Vaud et Genève ont décidé de supprimer les fontaines l'an dernier, ils ont argué que ce n'était ni écologique ni économique. Si chaque employé amène sa propre bouteille d'eau au bureau, est-ce plus rationnel? Le bilan écologique est, en tous les cas, défavorable.» Pour faire taire les «inepties véhiculées par certains médias», Eden Springs a lancé une étude d'impact – en termes d'émission de CO2 – en collaboration avec la start-up d'Ecublens Ecointesys.

Les premiers résultats, sur lesquels le voile sera entièrement levé ultérieurement, semblent éloquentes. «L'eau minérale consommée à la fontaine dans un verre est 1,5 à 2 fois plus écologique que de l'eau en bouteille et quatre à cinq fois moins «verte» que de l'eau du robinet, estime Yves Loerincik, directeur d'Ecointesys. Mais la manière dont on lave le verre joue un rôle déterminant dans ce calcul.»

LE TEMPS © 2013 Le Temps SA