



SIP-WELL  
SIP-WELL  
23383

**L'ECHO**

L'ECHO

04.10.2008

Circulation: 25904

11ce7c

Page: 7

240

**AGROALIMENTAIRE LE LEADER FLAMAND DE LA FONTAINE D'EAU A INAUGURÉ SA NOUVELLE USINE À LONDERZEEL**

# SIP-Well veut désaltérer les particuliers

L'usine flamande SIP-Well, productrice de fontaines d'eau, a inauguré vendredi, en présence de la ministre flamande en charge de l'innovation Patricia Ceysens, sa nouvelle usine d'embouteillage d'eau à Londerzeel, à un jet de pierre de Bruxelles.

Montant de l'investissement: 5 millions d'euros pour cette entreprise fondée il y a tout juste 15 ans par l'Américain David Rubinstein, toujours CEO et actionnaire majoritaire de l'entreprise.

SIP-Well emploie une centaine de personnes sur quatre sites (Jumet, Limbourg, Ostende et Londerzeel) et réalisera cette année un chiffre d'affaires de 12,5 millions d'euros, en croissance de 13% par rapport à 2007.

La firme est leader sur le marché belge, avec une part de marché de

près de 40%. Sa particularité tient dans sa politique d'intégration verticale : la société pompe son eau dans la nappe aquifère de Wemmel-Lede à 42 mètres de profondeur, embouteille, produit (à l'étranger) ses fontaines d'eau exclusives et distribue ses produits elle-même chez ses clients, grâce à une flotte logistique de 50 véhicules. «La société compte 25.000 fontaines à eau installées et plus de 750.000 consommateurs par jour», se félicite Alain Adler, son directeur général.

Cette année, SIP-Well lance en outre un produit dont elle attend beaucoup : une fontaine à eau plus élancée, dessinée par le designer flamand Axel Enthoven, accueillant une bouteille plus petite et légère de 10 litres au lieu de 19, répondant à une demande des consomma-

teurs. «Actuellement en test chez les clients, ce produit pourrait nous assurer une croissance de 20% du chiffre d'affaires l'an prochain», assure Alain Adler.

«Au printemps 2009, nous lançons une campagne à destination des particuliers. Et nous sommes en passe de conclure des accords de distribution de nos fontaines avec des chaînes de retailers nationales», ajoute Mark Beerts, marketing manager. Pour l'instant, le chiffre d'affaires est réalisé à 90% en «B2B», les particuliers ne constituant que 10% des clients. Aux États-Unis, le résidentiel assure 65% des ventes du secteur. La marge de progression est donc grande.

Enfin, ce produit sera le premier à être internationalisé, via des partenariats avec des brasseurs ou d'autres industriels européens. ♦ F.A.



Photo L. Van Assche

Plus connu en Flandre, SIP-Well s'attache à rattraper des parts de marché en Wallonie. Il y affiche une croissance deux fois plus forte qu'en Flandre.

