




Bonneval

**Bonneval x Lucas Falcoz :
quand l'eau devient un choix
gastronomique engagé**

Lucas Falcoz

*ne se contente pas de défendre
une certaine idée de la restauration.*

À travers ses établissements, il porte une vision globale de l'expérience client, où chaque détail compte jusqu'à l'eau servie à table.

Un ancrage local comme point de départ

Originaire de la vallée, **Lucas Falcoz** revendique un lien fort avec son territoire, nourri par une mémoire collective et familiale.

Il évoque « *toutes ces histoires autour de la source, de la montagne* », transmises par les générations précédentes, et partage cette évidence : « *Si nous, en étant de la commune, on ne pousse pas l'eau de la commune, qui va le faire ?* »

Un attachement qui dépasse le symbole et guide concrètement ses choix en restauration.

Une rupture assumée avec le plastique

Dans ses établissements, la décision est tranchée : **les bouteilles en plastique n'ont plus leur place.** Un choix exigeant, qui l'a même conduit à refuser certaines collaborations :

« *La première année, je ne travaillais pas avec certaines eaux parce que c'était en plastique. Pour moi, ce n'était pas possible à table* », poursuit-il.

Bonneval Waters : une évidence entre produit et récit

C'est dans cette logique que **Lucas Falcoz** choisit de travailler avec **Bonneval Waters**, une eau dont l'histoire résonne avec sa vision. Au-delà de ses qualités gustatives, c'est tout ce qu'elle incarne qui le séduit. L'eau de Bonneval présente une particularité rare : **elle est âgée en moyenne de 2 000 ans.** « *Elle a traversé la montagne, elle arrive naturellement, sans forage. Moi, j'ai cette image de l'eau qui coule en haut et qu'on retrouve 2 000 ans plus tard dans le verre* », raconte Lucas Falcoz.

Un imaginaire puissant, en parfaite cohérence avec une approche de la restauration ancrée dans le temps long et le respect des éléments.

L'eau, un élément central de l'expérience gastronomique

Pour Lucas Falcoz, l'eau n'est pas un simple accompagnement. Elle participe pleinement à l'expérience. « *Une bonne eau peut vraiment sublimer un repas* », estime-t-il.

Un positionnement d'autant plus fort qu'il ne consomme pas d'alcool : « *Moi, je ne bois pas d'alcool, donc forcément l'eau est essentielle* », partage Lucas Falcoz.

Vers une nouvelle culture du plaisir : moins d'alcool, plus de sens

Cette attention portée à l'eau s'inscrit dans une évolution plus large des attentes des clients. « *On développe de plus en plus une offre sans alcool ou très légère. Il y a de plus en plus de demandes* », observe Lucas Falcoz.

En montagne notamment, les usages changent : « *Les gens veulent se faire plaisir, mais aussi faire attention. Ils skient, ils n'ont pas envie de repartir avec les jambes coupées* », explique-t-il.

Pour y répondre, **Lucas Falcoz** privilégie des produits qualitatifs, naturels et cohérents avec son approche. « *Les sodas sans sucre, ce n'est pas forcément naturel. Nous, on cherche des produits sains, bons* », affirme-t-il.

Dans cette logique, des alternatives comme **Joséphine** peuvent ponctuellement être proposées, notamment pour des accords ou des cocktails légers.

Joséphine est une eau pétillante aromatisée aux extraits botaniques, **100% naturelle, 0 sucre et 0 calorie**. La marque associe de l'eau pétillante à de **véritables extraits de fruits et de plantes botaniques** pour proposer une alternative saine et savoureuse aux boissons traditionnelles.

“ Nature ” comme fil conducteur

S'il devait résumer sa vision en un mot : « **Nature** », répond Lucas Falcoz. Un mot simple, mais qui résume une philosophie complète : **celle d'une restauration où le produit, son origine et son histoire priment sur tout le reste.**



À propos de Lucas Falcoz

Entrepreneur et restaurateur savoyard, **Lucas Falcoz** développe avec sa sœur **Candice** la **Maison Falcoz**, un groupe familial implanté aux **Arcs** et en **Tarentaise**. Ensemble, ils portent plusieurs établissements mêlant restauration, hospitalité et art de vivre en montagne, parmi lesquels **Le Savoy**, **Les Chalets de l'Arc**, **La Maison** et **B.O.B.**

Lucas Falcoz est également cofondateur du concept **Wanderful Life**, un projet de coliving et d'hospitalité en montagne pensé autour du partage, de la convivialité et d'un tourisme plus humain et plus durable.

À travers ses différentes adresses, il défend une approche de la restauration et de l'accueil profondément ancrée dans son territoire, portée par la naturalité, l'authenticité des produits et le respect de l'environnement.

« Nous voulons remettre du sens derrière l'eau servie à table. Une eau raconte un territoire, une histoire, un engagement »

*David Merle,
CEO de Bonneval*

À propos de Bonneval Waters

Fondée en Savoie, Bonneval Waters est une marque d'eau minérale naturelle puisée au cœur des Alpes françaises, à Bonneval-les-bains. Naturellement filtrée à travers la montagne pendant près de 2 000 ans, son eau jaillit sans forage ni traitement chimique, préservant ainsi toute sa pureté originelle.

À travers Bonneval Waters, l'entreprise défend une vision exigeante de l'eau minérale naturelle, fondée sur la naturalité, la transparence et le respect du vivant. La marque développe également une approche engagée autour de la gastronomie, de l'hospitality et des établissements attentifs à l'expérience globale proposée aux clients.

Bonneval Waters est aujourd'hui présente dans de nombreux établissements gastronomiques, hôtels et lieux premium sensibles aux enjeux de qualité, d'origine et de naturalité.

