# Edouard Haag, nouvelle étoile de Meteor

HELENE DAVID (HTTPS://WWW.LESECHOS.FR/JOURNALISTES/?ID=78719) | Le 26/10 à 07:14

Edouard Haag - *DR*

**A la faveur d'un nouveau directoire à trois têtes, il est désormais le directeur général et commercial de la brasserie Meteor, fondé par son aïeul et devenue la plus vieille brasserie de France. Parcours.**

Certains rêvent de devenir pompier ou astronaute. Edouard Haag, lui, a eu très tôt des rêves d'entrepreneur. A 10 ou 11 ans, c'est avec un petit commerce de bougies vendues auprès de ses camarades de classe qu'il fait ses premières armes.

Mais son monde, c'est depuis toujours celui de Meteor, la brasserie fondée en 1640 à Hochfelden, dans le Bas-Rhin, par son aïeul Jean Klein. *« J'ai grandi dans cet environnement »,* résume-t-il. Littéralement. Sa grand-mère et sa nounou vivent même sur le site de la brasserie. Les cuves et les odeurs de houblon font partie du paysage. Les salons professionnels aussi : *« J'accompagnais mes parents et je passais des journées à tirer la bière. J'adorais ça »,* dit-il.

### Des iPhones à la brasserie

Edouard Haag est désormais l'une des trois têtes formant le directoire installé cet été par Michel Haag, son père, devenu président du conseil de surveillance. Son nouveau titre ? Directeur général et commercial, aux côtés de Philippe Généreux, directeur général et technique, et Alain Daeffler, directeur général et administratif.

Ainsi Michel Haag passe progressivement la main, tandis que la dimension quasi dynastique de l'entreprise est confortée, selon la volonté de l'actionnaire. Autrement dit, de la famille. De ses trois frères et soeurs, qui, avec deux cousines, forment la huitième génération d'actionnaires, Edouard Haag est celui destiné à incarner la brasserie. *« Au fond de moi, j'ai toujours eu l'envie d'y travailler. Mais je ne savais pas quand ni combien de temps »,* retrace le souriant trentenaire.

Reçu à l'ESCP Europe, il commence par voir du pays. D'abord à Londres, où il travaille au siège d'Apple Europe. Puis en Espagne, au Mexique et aux Etats-Unis, à San Francisco, où il envisage un temps de poser définitivement ses bagages. Mais Meteor n'est jamais loin. *« Pendant toute cette période, le dimanche soir, je parlais systématiquement de la brasserie avec mon père »,* se souvient-il.

### Plus de 22.000 visiteurs en deux ans

A 22 ans, il entre d'ailleurs au **conseil d'administration (https://www.lesechos.fr/finance-marches/vernimmen/definition_conseil-dadministration-ou-de-surveillance-et-direction.html#xtor=SEC-3168)** de l'**entreprise familiale (https://www.lesechos.fr/finance-marches/vernimmen/definition_actionnariat-familial.html#xtor=SEC-3168)**. Tout en créant la sienne : Kubosphère. Initialement campée au coeur de la Cité des 4000 pour « le côté social », sa société numérise diapos, négatifs, photos ou films super 8 pour les particuliers et les collectivités. Mais *« en 2014, le timing était bon. Rentrer me démangeait »,* raconte Edouard Haag. Laure, son épouse, originaire de Paris et alors consultante chez Capgemini, est partante pour l'aventure alsacienne. En septembre de cette même année, le couple déménage, Edouard Haag fait ses débuts en tant qu'attaché à la direction générale. Et, déjà, impose sa marque.

Son premier projet n'est autre que la concrétisation de la Villa Meteor, un itinéraire scénographié à la découverte de la fabrication de la bière et de l'histoire de la brasserie, conçu au sein même de la demeure familiale attenante. Inauguré en octobre 2016, ce « circuit touristique » a attiré plus de 22.000 visiteurs pendant sa deuxième année d'existence. Il met en avant le patrimoine à la fois familial et brassicole de Meteor. Et sert la stratégie d'Edouard Haag de « premiumisation » de la marque. Ou comment faire de Meteor une bière haut de gamme et « dans le coup ».

### « M comme Meteor »

Inspiré des « kraft beers » anglo-saxones, Edouard Haag impulse avec le soutien de son père la multiplication des bières éphémères et des recettes. « Il y a dix ans, nous avions cinq recettes, aujourd'hui nous en avons quinze, pour plus de 200 références au total, livre-t-il. On mise sur une forte **valeur ajoutée (https://www.lesechos.fr/finance-marches/vernimmen/definition_valeur-ajoutee.html#xtor=SEC-3168)**, plus de références et des petits volumes. C'est un virage fort. » Virage pris en parallèle d'une vaste opération de rajeunissement de la brasserie, avec une nouvelle charte graphique et une communication largement digitalisée.

Cet été, la brasserie a sorti sa première bière bio. Une fierté pour celui pour lequel « notre pérennité passe forcément par une logique environnementale », dit-il. Cette dernière se traduit d'ores et déjà par un approvisionnement local en houblon, une station d'épuration maison, des systèmes d'économie d'énergie ou encore une certification ISO 50001. A l'avenir, pourquoi pas par « des panneaux solaires sur l'usine », se prend à rêver Edouard Haag.

Une philosophie qu'il applique à domicile, où le couple aspire au zéro déchet et cultive son potager. « J'ai une passion pour le jardinage », confie ce père de deux enfants de 4 et 1 ans. Et lorsque l'aînée Ernestine a commencé il y a quelques mois à identifier les lettres de l'alphabet, *« M, comme Meteor »* relève, semble-t-il, déjà, de l'évidence.

Hélène David

Correspondante à Strasbourg