

SCOP TI L'opération de crowdfunding lancée par les salariés de Gémenos est un succès. 1500 contributeurs se sont engagés financièrement à soutenir les produits de la scop. **PAGE 3**

LEUR THÉ FAIT DÉJÀ RECETTE



1336 et Scop-TI : sur de bons fonds, le thé des luttes fait recette



Les thés et infusions de la marque 1336 seront disponibles à la vente en septembre.

Deux marques, un millésime... les thés et infusions des ex-Fralib seront bientôt en vente directe. Nés du combat social, ces produits sont déjà considérés comme « collector » par le public.

1336 et Scop-TI peaufinent leur design. Mais dès septembre, voire dès la fin de la semaine prochaine, on pourra commander en direct ces deux marques créées par les ex-salariés de Fralib. Des produits bio et de circuit court pour court-circuiter le groupe Unilever qui avait décidé de liquider l'usine de Gémenos pour produire en Pologne des infusions nées et fabriquées en Provence depuis 150 ans.

Plus que 28 jours mais déjà 1 456 contributions. La plate-forme participative Ulule avait fixé comme objectif symbolique de réunir 1 336 contributeurs en 1 336 heures. Le défi est donc relevé mais le pari continue. « Notre équipe marketing travaille avec cette plate-forme et cette opération était avant tout destinée à maintenir la communication autour de nos marques, explique Olivier Leberquier, mais la contribution reste ouverte car nous avons fixé des paliers auxquels correspondent des objectifs précis. » Cap sur la création d'un site e-commerce et de fabrication de Tea-truck ambulants.

« Condamnés à réussir »

« Condamnés à réussir » leur avait prédit le président Hollande qui, se souvenant de ses promesses pré-électorales, était venu jouer les ambassadeurs de 1336, en juin, après le lancement de la marque. C'est en effet le 5^e été studieux que passeront les 57 ex-Fralib dont 27 sont désormais coopérateurs en CDI. « On sait qu'on ne sera pas encore en mesure de produire avant la fin de la semaine prochaine, jauge l'ouvrier devenu son propre patron, car il nous faut tout recréer, du thé à l'emballage. » Et pour l'heure, certains emballage attendent leur matière première et certains thés attendent leur habit de promo. Les premiers produits commenceront donc à s'étaler sur les bancs de la distribution mi-août. « Et très prochainement, nous mettrons à jour un site Internet dédié à l'usine et ses produits où les commandes seront possibles en direct. »

Si la quinzaine de références de la marque 1336 ne sera largement diffusée qu'en septembre dans les super et hypermarchés, la distribution militante est toujours d'actualité avec Scop-TI, plus spécialisée dans les petits réseaux de distribution alimentaire, pour valoriser les produits. Les coopérateurs sont d'ailleurs revenus de la Drôme en début de mois pour la récolte du tilleul, forts d'un label qualité. « Le tilleul des baronnies 2015 est millésime. Il y en aura un présenté à chaque fête de l'Humanité », où il avait fait sa première sortie.

Car les produits des lutte semblent obtenir un beau succès auprès de consommateurs soucieux de mettre de l'éthique dans leurs étiquettes. Ulule propose même des objets « collector » parmi ces fruits issus d'un système D made in France. Et le social devient hype.

Myriam Guillaume

Repères

1 336

Jours de lutte ont donné son nom symbolique à la marque de thés et infusions bio des ex-Fralib, en plus de Scop-TI. Les deux signatures « Engagé sur l'humain, engagé sur le goût » pour Scop-TI et « Éveille les consciences, réveille les papilles » pour 1336 confèrent de facto aux marques une dimension sociétale engagée et assumée.

1 083

km séparent les deux villes les plus éloignées en France. C'est aussi une marque de jeans « born in France » à Romans qui garantit que ses denims ne feront pas plus de « bornes en France » du fabricant au consommateur. Un t-shirt collector estampillé 1336 côté face et 1083 côté pile est édité et disponible sur ulule.

27

coopérateurs en CDI composent aujourd'hui les 57 effectifs de Scop-TI. « On compte arriver à une trentaine en fin d'année et à 44 l'année prochaine pour atteindre la cinquantaine d'ici fin 2016, voire plus. Car le rêve serait d'avoir à recruter rapidement. » Les ex-Fralib sont bien entendu prioritaires dans ce plan d'avenir.

Un tour de France en marge

■ Le tour de France du made in France fait son chemin. Lancé par Camif, l'idée d'un reportage itinérant est venue afin de mettre en avant les entreprises qui créent de l'emploi en France, sur des paris audacieux, à base de matières premières issues du terroir et de savoir-faire locaux. Le tour de France du made in France consiste, pour deux reporters, à parcourir 6 000km à la rencontre de 30 entreprises à bord d'un van pour des carnets de voyage sur de très courts circuits.

Il y avait déjà eu Benjamin Carle, qui a vécu 100% français pendant un an pour les besoins d'un documentaire diffusé par Canal+. Il nous révélait ainsi que consommer français n'allait pas de soi. Des brosses à dent conçues en Picardie, des bérets à Oloron ou encore une tablette de cuisine en Bourgogne tout au plus mais plus aucun réfrigérateur ni bouilloire ne sont made in France, constatait cet aventurier de la consommation. Et si depuis que le ministre du Redressement productif, Arnaud Montebourg, a remis les produits fabriqués en France au goût du jour, les entre-

prises tricolores n'hésitent plus à en faire un argument de vente. Or bien qu'estampillé « made in France », rien ne certifie que le produit a été essentiellement fabriqué dans l'Hexagone, pas plus qu'une marque française ne garantit que le produit soit français. Camif reprend le flambeau de cette virée éthique. « C'est avant tout une histoire d'hommes : ceux qui pensent les objets, ceux qui les fabriquent, ceux qui les achètent. Bref, c'est l'affaire de tous. Nous échangeons avec les gens que nous rencontrons sur notre route sur leur propre expérience du made in France, leurs idées, leurs façons de voir les choses. Notre moteur ? Ré-humaniser l'économie, se la ré-approprier, du moins tenter de le faire », indiquent les deux hexagone-trotteurs, Sophie Babaz et Romain Gicquiaux. Ainsi peut-on découvrir les matelas Duvivier dans la Vienne, fabriqués de A à Z, les machines à café niçoises Unic, les jeans 1083 (lire ci-contre), la plancha ENO de Niort, la Nouvelle fabrique de Pantin où l'on fait ses meubles soi-même... de la bonne came à consommer sans culpabilisation.

M.G.