

Gémenos. Après la lutte syndicale, la bataille commerciale pour sortir thés et tisanes de l'usine début 2015.

Fralib sort la tête du sachet

■ C'est la première fois depuis le 28 septembre 2010, date à laquelle Unilever annonce la fermeture de l'usine Fralib de Gémenos, que les salariés voient une nouvelle année s'annoncer sous de bons auspices. Après 1 336 jours de lutte contre une multinationale, ils ont gagné en mai dernier. Depuis, une Scop a été créée - Scop TI pour thés et infusions - abondée par les 177 000 euros de capital financé par 58 coopérateurs et les 2,85 millions versés par le géant néerlandais ce mois-ci comme solde de tous comptes. Une certification bio a été accordée par Ecocert et les machines sont nettoyées. Tout est prêt pour repartir, un redémarrage prévu pour le 1er trimestre prochain.

Pourtant, Marc Decugis qui justement s'occupe de l'entretien des machines, n'utilise pas encore le mot sérénité: « *Sereins, nous le serons quand on aura décroché les contrats et que la production reprendra.* » De fait, la

période est à l'effervescence. Démarcher la grande distribution pour de l'assemblage, du façonnage, du travail en direct ou de la sous-traitance...

« *On calcule au mieux, on voit ce qu'on peut leur proposer pour assurer les charges fixes, les marges etc.* », synthétise Marc Decugis. Mais les Fralib disposent d'un argument de poids : leurs machines. Dans le domaine, le jeune homme est intarissable, décrivant les C2000 « *dont trois sont capables de faire du sachet fraîcheur, très en vogue en ce moment* », les Molins qui font du sachet rond ou encore les cinq Tomy produisant des petites bourses en mousseline : « *On a appris qu'il y en avait 10 dans le monde, on a donc la moitié du parc mondial !* » Et une conclusion - « *Elles sont belles nos machines* » - en écho aux accusations de saccage de l'outil opérées durant le conflit : « *La désinformation, cela a été terrible.* »

Celui qui s'occupait de mainte-

nance a dû se diversifier, s'intéresser à la production de tilleul locale en vue de sortir une marque propre - « *une production qui était de 400 tonnes en 2 000 mais avec les prix proposés par les grands groupes, il ne reste plus que les passionnés, assurant une dizaine de tonnes* » - au bio et même au marketing.

À chaque fois, son commentaire est le même : « *Super intéressant !* » Bien sûr, il ne compte pas ses heures, « *ça bouillonne, on en prend plein les yeux et plein les oreilles, on découvre tout* ». L'objectif est d'atteindre les 250 tonnes pour la distribution et 50 tonnes en marque propre pour la première année et ses 51 employés avant de monter en puissance pour ramener tout le monde dans le bateau. Mais « *c'est beau !* », lâche Marc Decugis, « *c'est grisant. Plus personne n'est au-dessus de nous pour décider de notre sort à notre place !* »

ANGÉLIQUE SCHALLER



Objectif : 300 tonnes la première année. ARCHIVES ROBERT TERZIAN

