

Les infusions « 1336 » seront en rayons cet automne

- La production de l'ancienne usine Fralib a été officiellement relancée vendredi.
- 16 références seront au catalogue.

PACA

Paul Molga
—Correspondant à Marseille

Les ex-Fralib ont l'art du symbole : après avoir baptisé leur marque « 1336 » en référence au nombre de jours qu'ils ont passé à combattre la décision de fermeture de leur ancien patron, Unilever, c'est au secrétaire général de la CGT, Philippe Martinez, qu'ils ont confié le soin, vendredi, de lancer la production de leur premier lot de thés et d'infusions. La commercialisation de ces produits – encore un symbole – sera lancée dans une quinzaine de jours sur les linéaires d'une grande surface proche de l'usine qui a été dévalisée plusieurs fois lors d'opérations coup de poing. « C'est l'expression ultime des circuits courts », ont plaisanté Olivier Leberquier et Gérard Cazorla, les deux figures syndicales de la lutte, aujourd'hui directeur général délégué et président de ScopTI, la coopérative ouvrière de thé et d'infusion qui exploite désormais l'usine.

Toutes les enseignes de la grande distribution auraient déjà référencé la marque, « soit nationalement, soit uniquement pour le Sud-Est », selon la coopérative, qui ne doute pas de l'impact marketing de son combat dont elle a fait un argument commercial sous le slogan « Eveille les consciences, réveille les pupilles ». « La question n'est plus de savoir si on a les volu-

mes de commande, mais comment y répondre sans faille », résume Gérard Cazorla. Le catalogue s'étend : d'ici octobre, « 1336 » comptera 16 références (camomille, tilleul, verveine, mélanges toniques...) produits dans le sud du pays ou au Portugal et en Algérie, faute d'alternative tricolore. Sous le nom de la coopérative, ScopTI, 9 autres références certifiées bio et cultivées en France seront proposées aux réseaux spécialisés. Des négociations sont en cours avec les enseignes Biocoop et Bio c' Bon. Enfin, une partie des lignes sera réservée aux marques distributeur. Système U et Leclerc doivent confirmer leur intérêt ces jours-ci.

Un millier de tonnes par an
L'ensemble doit permettre d'écouler 250 tonnes de matière première la première année et fournir un chiffre d'affaires de 3 millions d'euros. Sans attendre ces revenus, grâce à l'aide fournie par Unilever, à la participation des coopérateurs et à une levée de fonds sursouscrite sur Ululu, 27 ex-Fralib ont d'ores et déjà été embauchés en CDI à trente-cinq heures (trois heures de plus

27

SALARIÉS
ont été réembauchés en CDI. Dans deux ans, l'usine devrait, si tout se passe comme prévu, passer à 50 salariés.



Le secrétaire général de la CGT, Philippe Martinez (deuxième en partant de la droite), a lancé la production de la première ligne de thés et infusions de ScopTI, vendredi. Photo Bertrand Langlais/AFP

qu'auparavant) avec des salaires compris entre 1.600 euros et 1.970 euros nets. Trois autres embauches sont prévues d'ici à la fin de l'année, puis quatorze en 2016 et les huit anciens élus actuellement en congé de reclassement l'année suivante. L'entreprise devrait alors avoir atteint sa taille optimale. « Nous ambitionnons de prendre 5 à 6 % du marché français », anticipe le président de la SCOP.

L'outil industriel devrait traiter à cette date 650 tonnes de matière première représentant 10 % des capacités du site, et réaliser 9 à 10 millions d'euros de chiffre d'affaires. L'entreprise pourrait alors se tourner vers les marchés étrangers car elle doit produire 1 million de tonnes par an pour atteindre l'équilibre. « C'est maintenant que la vraie lutte commence », a conscience Olivier Leberquier. ■

Les entreprises innovent mais le marché des thés et infusions stagne

La météo caniculaire de cet été n'a pas arrangé les choses. Selon les chiffres du Stepi, le syndicat professionnel, le marché français du thé et infusions pesait fin juillet autour de 350 millions d'euros. « C'est assez flat. Les marchés souffrent de la bagarre des prix dans la grande distribution » reconnaît Loïc Le Saint, le PDG du Stepi, par ailleurs président de Foods International (Twinings, La Tisanière). La grande distribution représente l'écrasante majorité d'un marché (310 millions d'euros) dominé par Unilever et Twinings. Des entreprises de taille plus modeste comme Mariage Frères, le Palais des Thés, Danmann Frères et Kusmi Tea se sont fait une place dans le secteur très porteur du haut de gamme. Vincent Balaï, le patron de Compagnie Coloniale, évoque aussi de bons retours dans les cafés, restaurants. Pour continuer à grossir, les entreprises jouent sur l'innovation. Dès mardi, Lipton commercialisera dans les supermarchés une gamme de capsules de thé compatibles avec les machines à café Nespresso. Et Twinings et La Tisanière créent un coffret et une gamme « zen ». « La connotation santé est porteuse » indique Loïc Le Saint. Le marché des thés verts affiche + 5 % et celui des tisanes « bien-être » + 7 %.