

Scop-TI, un an après

Par Carole Payrau | 23/06/2016



Fin mai 2015, ils lançaient leur marque de thés et d'infusions 1336. Installés près d'Aubagne, les anciens de Fralib semblent bien partis pour réussir leur pari. Peu à peu, leur gamme s'impose sur les linéaires. Et cerise sur le gâteau, ils produisent aussi sous marque de distributeur pour le compte de 3 enseignes de GMS.

Il s'agit d'une nouvelle satisfaction pour l'équipe : la coopérative spécialisée dans l'agroalimentaire et basée à Gémenos (13) a été choisie par trois enseignes de GMS pour la production de thés et infusions sous marque de distributeur. Scop-TI a en effet signé pour un équivalent de 200 tonnes annuelles réparties sur trois enseignes : 6 produits pour Système U, 8 chez Leclerc et 3 au moins pour le compte d'Intermarché. Voire plus si affinités, précise le directeur général Olivier Leberquier : *"notre stratégie se décline donc sous deux angles. D'un côté, nous nous positionnons peu à peu sur les appels d'offre de toutes les enseignes de GMS. Et de l'autre, nous développons bien sûr nos propres marques, 1336 et Scop-TI"*.

Un lancement amorcé fin mai 2015 pour 1336, gamme dédiée à la GMS. Un an plus tard, *"nous sommes satisfaits, même si cela a pris plus de temps qu'on ne l'imaginait. Les premiers chargements n'ont quitté l'usine qu'au mois de septembre 2015..."*

Vers des référencements nationaux

Le relais médiatique du bras de fer contre Unilever a fait son œuvre localement, et la Scop a pu aisément se frayer un chemin dans les magasins du sud de la France.

"Dès le départ, nous avons obtenu un référencement dans le sud-est et le sud-ouest, chez Intermarché, Carrefour et Casino. Ainsi que chez Franprix, au national. Mais pour ce qui est de Leclerc et d'Auchan, nous avons fait peu à peu notre entrée au cas par cas, en contactant directement les magasins, avant de pouvoir espérer un accord à une échelle plus large".

Avec Auchan, Scop-TI a finalement signé pour un référencement au niveau national mi avril 2016. Carrefour a suivi deux semaines plus tard, avec la signature d'un accord pour la région parisienne et la région ouest.

"Mais à notre goût, cela ne va pas assez vite, nous essayons de pousser en ce sens. Il faut dire que nous découvrons un univers nouveau pour nous, avec ses rythmes, ses codes..."

Un monde économique avec lequel les anciens salariés du groupe anglo-néerlandais Unilever doivent désormais composer.

540 000 boîtes vendues

Scop-TI compte un chiffre d'affaires de 460.000 € sur son premier trimestre d'activité, après 15 mois de remise en route de sa production. Et envisage la réalisation de bénéfices à compter de la 3ème année d'exercice. Actuellement, elle a vendu en cumulé près de 540 000 boîtes de thés et infusions. Et emploie pour l'heure 39 salariés sur les 49 coopérateurs qui ont exprimé leur volonté de faire partie du personnel. L'entreprise devrait compter 42 collaborateurs d'ici le mois d'août.

Reste à passer à présent la vitesse supérieure avec Scop-TI, sa seconde marque destinée au réseau bio. Lancée quant à elle en septembre 2015, sa production a commencé au printemps dernier. *"Nous avons pris du retard sur cette gamme"*, avance Olivier Leberquier. Il faut dire que la marque Scop-Ti, utilisant une matière première issue des circuits courts, nécessite de relocaliser une production aujourd'hui raréfiée.

"L'idée est de faire remonter en puissance non seulement le tilleul, cultivé à Buis les Baronnies, dans la Drôme, mais aussi la menthe, la verveine, la camomille... Toute une démarche est engagée auprès des producteurs".