

## Torréfaction joue la diversification


PME



Basée à Bordeaux, Torréfaction accélère sa croissance avec une nouvelle gamme bio, des cafés millésimés et un doublement de ses capacités de production.

« Sur le marché du café, on trouve des multinationales, des faiseurs de premiers prix et des petits torréfacteurs. Notre objectif est de devenir les plus gros des plus petits », indiquent Christophe Lambard et Jeff Schopper, cogérants de la SARL de Torréfaction. Anciens de Leclerc et Auchan, les deux compères ont lancé en GMS les cafés bordelais Michel. Ils ont réitéré l'opération avec les cafés Le Gascon. Une PME bordelaise où ils ont découvert l'art de la torréfaction et la passion des cafés. Ils ont même créé le Centre de caféologie, où sommeliers et dégustateurs se réunissent pour étudier et goûter les plus grands crus de café du monde entier. En parallèle du développement de la marque Le Gascon dans les GMS d'Aquitaine, les deux hommes s'engagent vers les cafés d'origine en créant la gamme Destination Café, qui compte une trentaine de références, présentes en France entière chez la plupart des distributeurs. Son positionnement allie la qualité

d'une torréfaction lente et traditionnelle, la fraîcheur d'une livraison – moins d'une semaine après torréfaction – et un prix raisonnable inférieur à 2,29 €. Objectif : démocratiser les cafés d'origine, souvent vendus entre 3 € et 3,80 € en brûleries, et faire découvrir les saveurs des cafés du monde à travers les origines les plus rares comme l'Australie ou la Chine, et bientôt des cafés millésimés. Alliant produits de tradition et excellente connaissance de la distribution, l'entreprise a triplé ses ventes en 2001. Pour 2002, Christophe Lambard et Jeff Schopper vont investir 180 000 € pour doubler leur capacité de torréfaction (70 tonnes par mois), lancer un nouveau conditionnement (500 g), démarrer la vente de thé bio et créer Nature Café, une gamme dédiée aux cafés bio mais avec des prix inférieurs à 3,05 €. Enfin, l'entreprise a décidé d'engager une démarche de certification qualité afin de préparer l'élaboration de MDD.

Patrice Jayat 

### Un doublement de l'activité en 2002

■ Chiffre d'affaires 2001 :  
1,5 million d'euros, dont  
50 % réalisés en GMS  
■ Prévisionnel 2002 :  
3 millions d'euros

■ Marques : Destination Café  
(30 références),  
Le Gascon (6 références)  
■ Conditionnements : paquets  
de 250 g, 500 g, et 1 kg.