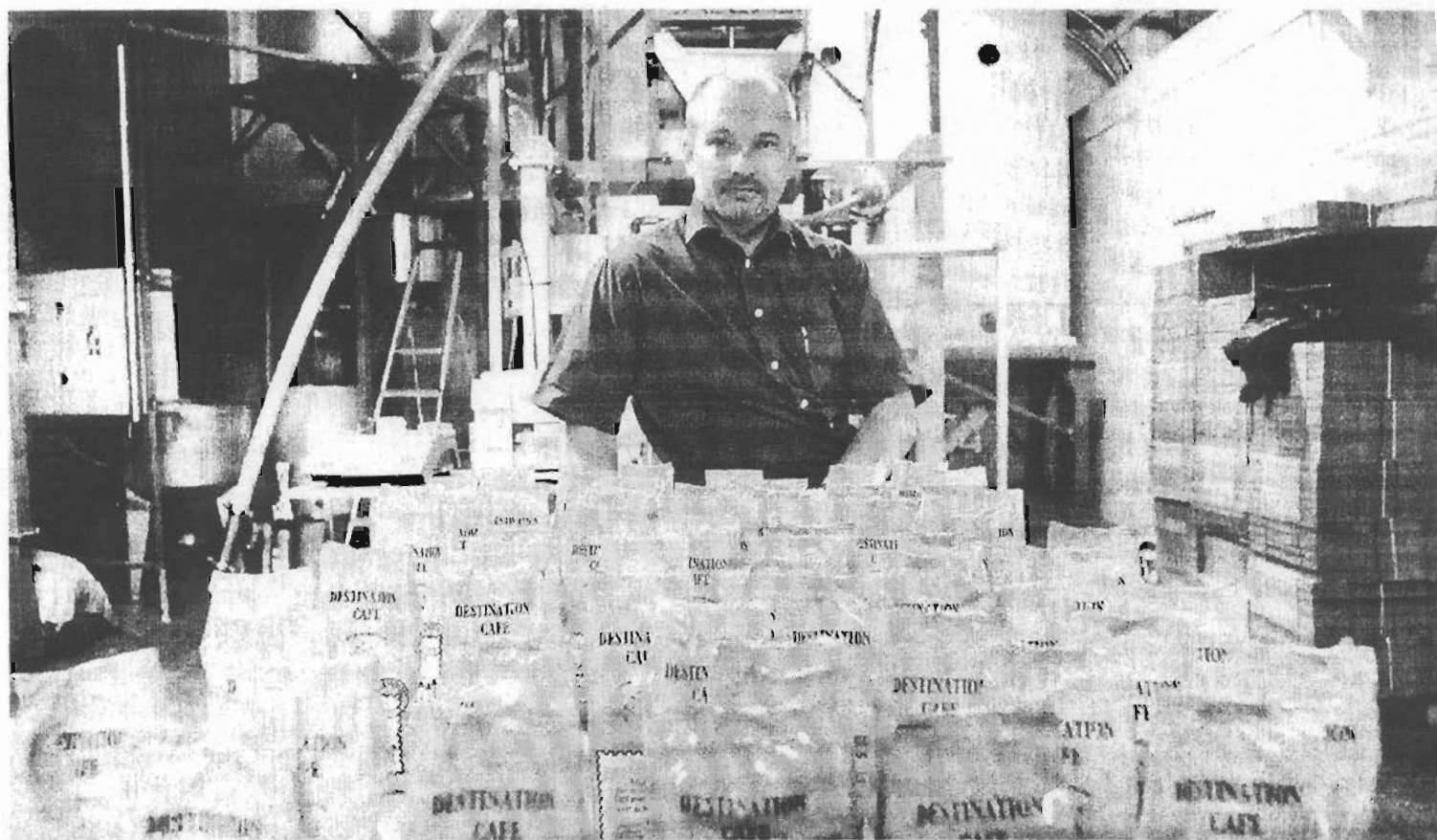


SOLIDARITÉ. Une entreprise lance sur le marché des poches de café spécialement décorées dont une partie du profit ira à la forêt médocaine

Le café au secours de la forêt



Torréfacteur. Dans son usine de torréfaction de Bordeaux-Lac, Jeff Schopper présente une petite « forêt » de poches de café dédiées à la reforestation du Médoc

PHOTO JEAN-JACQUES SAUBI

Bertrand Poupard

La déforestation déchirante du massif médocain, qu'elle procède de la catastrophe naturelle ou des incendies accidentels et criminels, ne laisse personne indifférent.

De là à trouver un moyen efficace pour soutenir le travail conjugué de la nature — quand elle renaît de ses cendres — et des hommes, qu'ils soient propriétaires ou pourvoyeurs de fonds publics, il y a un monde... Celui de la solidarité où les idées ne se bousculent pas.

Deux patrons d'une entreprise bordelaise d'importation de café et de torréfaction, qui « font » également dans le thé et le sucre, viennent de le trouver. Et ils l'ont

tout de suite lancé sur le marché des grandes surfaces, des moyens et des petits commerces.

Cogérants du Centre de caféologie de Bordeaux-Lac (30, rue Yves-Glotin), dont ils ont élevé en trois ans le chiffre d'affaires de 250 000 euros à 1 400 000 euros, Jeff Schopper et Christophe Lambard ont fait fabriquer des poches de 250 grammes où il est clairement annoncé que pour 1 kilo de café acheté par le commerçant, le Centre de caféologie reversera 1 euro à l'association départementale de la DFCI (Défense de la forêt contre l'incendie) « pour la replantation et la protection de la forêt médocaine ».

Ils font valoir à ce propos que « 1 euro représente quatre pins replantés et protégés ».

Deuxième précision, elle a son importance : le prix des quatre sortes de café ainsi ensachées (un pur arabica représentant l'assemblage de quatre crus, son semblable pour expresso, un moka d'Ethiopie et un pur arabica biologique) ne variera pas d'un centime d'euro par rapport à ce qu'il serait dans la présentation habituelle.

Jeff Schopper, qui tient à préciser que la paternité de l'idée revient à son associé Christophe Lambard, habitué de la villégiature à Soulac et amoureux du Médoc, fait ainsi observer : « Il ne s'agit pas, comme on a pu le voir en d'autres circonstances avec les briquets, d'une opération de marketing déguisée. Non, là le consommateur n'a rien à sortir de sa poche. C'est notre façon à

nous de voir la solidarité vraie. Nous nous engageons d'ailleurs si l'opération marche bien et parce que la reconstitution du massif forestier du Médoc sera très longue, à la faire vivre le plus longtemps possible. Dix ans pourquoi pas ?... »

Pas étonnante une telle conception quand on sait que par ailleurs, Jeff Schopper et Christophe Lambard font vivre aussi, à travers leur activité d'entreprise (sept employés aujourd'hui), la charte du « commerce équitable » (1) avec les pays producteurs.

(1) Sous le label Max Havelaar, il s'agit d'établir des contrats de partenariat durables comportant prix garantis, primes de développement, préfinancement des récoltes et réduction du nombre d'intermédiaires.