

727
G18

Le Centre de caféologie

Le commerce équitable — dont la 7^e quinzaine se déroule du 27 avril au 13 mai — est dans les gènes du Centre de caféologie. « On y est venu par le biais de la gastronomie et du bio », raconte Christophe Lambard, co-fondateur avec Jeff Schopper, de la société en 1999. Le désir de se différencier des grandes marques, de promouvoir des saveurs nouvelles, des goûts non standardisés.

Après les cafés, la gamme et la marque Destination se sont élargies aux thés, au chocolat, au sucre. Au total, près de 400 références. Le Centre de caféologie (33 salariés) commercialise aujourd'hui près de 2 000 tonnes de produits qui sont, à 95 %, bio et/ou équitables notamment sous le label Max Havelaar. Ils sont distribués en grandes surfaces et dans les magasins bio. L'an dernier, le chiffre d'affaires de la société a progressé de 35 % pour atteindre 6,2 millions d'euros.

M.M.



MATIÈRE PREMIÈRE

Sacs en stock. Café, thé, cacao, sucre de canne arrivent du monde entier. La société a dû s'agrandir de 2 000 mètres carrés ces deux dernières années.

PHOTOS
LAURENTE TROUILLET



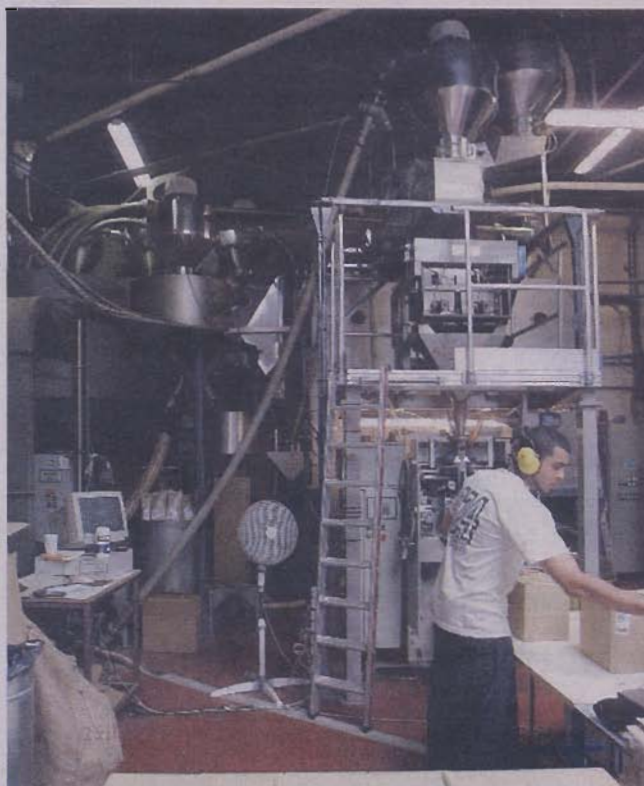
GAMME

Nouveaux produits. Christophe Lambard connaît 110 pays. Objectif : dénicher de nouvelles saveurs. Mais aussi exporter. Dans deux ans, la moitié du chiffre d'affaires viendra de l'export.



CAFÉ

Arabica. Il arrive d'Amérique centrale (Mexique) et latine (Pérou, Bolivie, Guatemala), et d'Éthiopie. Sélectionné sur place puis livré par des importateurs.



PAQUETS

Artisanal. La torréfaction se fait sur place puis le café est emballé. Entre 700 et 800 tonnes sont vendues chaque année.



THÉ

Routes d'Asie. Il arrive d'Inde bien sûr, mais aussi du Sri Lanka et de Chine. La société achète aussi du « thé rouge » d'Afrique du Sud.



A INFUSER

Vert, noir ou parfumé. Les thés sont mis en sachets. Parti de zéro en 2003, le Centre de caféologie en a vendu 80 tonnes l'an dernier.

8