

**BORDEAUX-NORD.** La brûlerie prouve que le bio fait de plus en plus recette

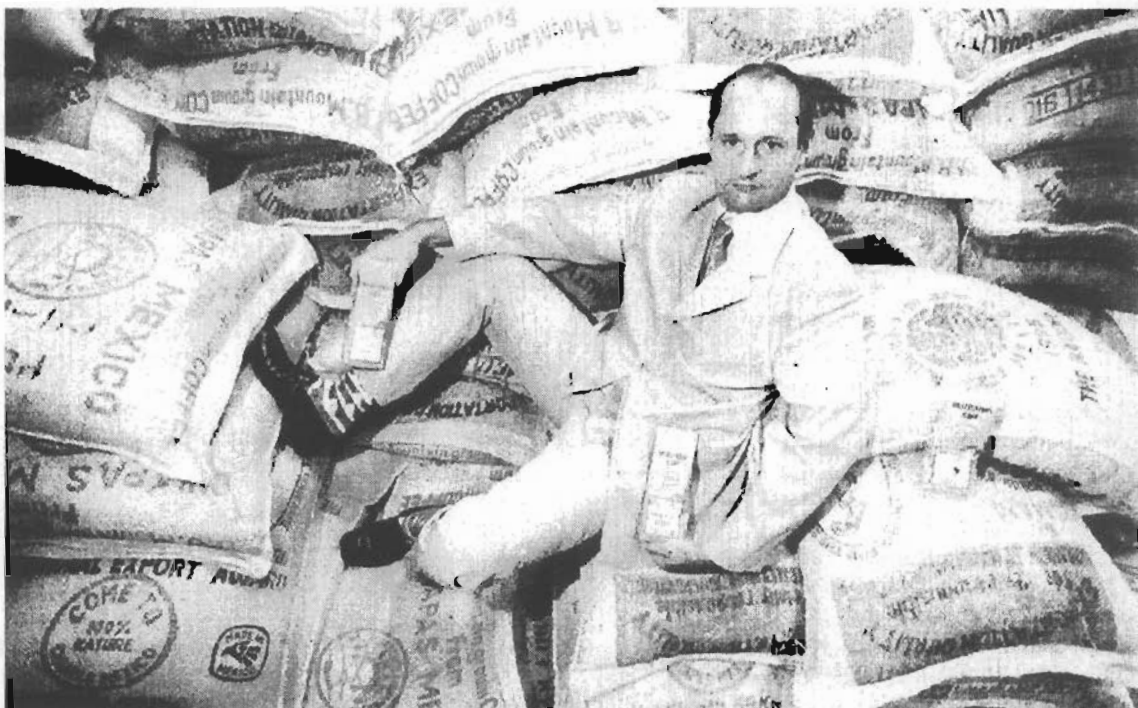
# Le Centre de caféologie doit bientôt s'agrandir

de Gilles Parenteau

Comme le vin, le café va-t-il lui aussi contribuer à valoriser l'image de Bordeaux dans le monde entier? Patron du Centre de caféologie installé à Bordeaux-Nord, Christophe Lambard aimerait bien pouvoir répondre par l'affirmative. Mais si sa brûlerie spécialisée dans le café bio haut de gamme ne cesse d'augmenter son chiffre d'affaires, il sait bien qu'elle doit d'abord conforter sa réputation pour prétendre au même rang d'ambassadeur que Petrus ou Mouton Rothschild. D'où la décision prise par ce jeune chef d'entreprise et ses associés d'investir dans des travaux d'agrandissement et d'équipement.

« Nous allons notamment aménager une nouvelle salle de conditionnement et une boutique d'usine, souligne Christophe. Car nous souhaitons, en effet, développer nos activités et devenir la plus grande brûlerie de France en vendant nos produits à des prix équivalents à ceux des géants du café. »

**Trois marques.** D'ores et déjà, le centre de caféologie dispose de sérieux atouts avec trois marques de café bio torréfié à l'ancienne : Destination Café (le plus haut de gamme), Nature Café et le Gascon. Trois marques qui sont vendues dans la plupart des grandes surfaces (sauf Casino) et qui vont



En plein essor, le Centre de caféologie entend conforter son image qualité

PHOTO GUILLAUME BONNAUD

permettre à la petite société bordelaise de réaliser un chiffre d'affaires de 2 286 735 euros en 2002 (1,6 millions de francs en 1999, année de création de l'entreprise). Mais elle peut également tabler sur le label AB et le label Max Havelaar, qu'elle a obtenu pour sa pratique du commerce équitable (c'est-à-dire une assurance de prix de vente pour le producteur). Sans oublier les actions de solidarité qu'elle mène de temps à autres. Comme celle en faveur de la forêt médocaine, qui a consisté à fabriquer des poches

de 250 grammes, où il était clairement annoncé que pour un kilo de café acheté par le commerçant, le Centre de caféologie reverserait 1 euro à l'Association départementale de défense de la forêt contre l'incendie (DFCI).

**Non à la standardisation.** Certes, Christophe Lambard et sa petite équipe de neuf personnes (dont un ingénieur qualité) ne sont pas des militants antimondialisation. Connaissant bien la grande distribution, ils sont simplement persuadés que l'on peut

exister sur un marché dominé par les grands groupes, comme Philip Morris (Carte Noire, Jacques Vabre, Grand mère, Maxwell) ou la Maison du café, en jouant la carte de la qualité et du bon goût. Ce qu'ils ont d'ailleurs commencé à faire également avec le thé et le sucre.

« Nous voulons lutter contre la standardisation des goûts. Car le café, comme le vin, est l'expression de territoires différents et de savoir-faire spécifiques ». Leur future boutique servira à mieux faire passer le message.