

ENTREPRISES

Les petits cidriers ont des idées

Se grouper pour vendre sur le marché national, voire international, créer des produits dérivés, de nouvelles bouteilles, etc : un stagiaire Éveil doit concrétiser tout cela.

L'idée de Thierry Schimpf cadre détecteur Éveil pour la CCI (lire encadré) est un peu alambiquée à expliquer mais a de quoi séduire. La commission Éveil s'y est d'ailleurs particulièrement attardée lors d'une récente réunion.

Lors du salon Prorestel, à Saint-Malo, Thierry Schimpf a constaté la bonne entente qui régnait entre petits producteurs de cidre bretons ainsi que leur dynamisme : «*Le marché du cidre stagne depuis 1992 avec 1, 2 millions d'hectolitres par an en France. Mais on remarque que les 35 adhérents du syndicat des cidriers bretons (4% de la production nationale) sont tous en progression de 10 à 15% depuis quatre ans.*»

Créer des produits dérivés

Pour éviter la saturation du marché régional et continuer cette progression, ces cidriers bretons s'attaqueraient bien au national et, pourquoi pas à l'international (sans toucher aux copains de Normandie !)

Il leur faut donc créer un groupement avec l'aide d'un développeur Éveil. Cette formule est quelque peu exceptionnelle et, pour des raisons pratiques, il a été plus simple de choisir un seul employeur en la personne de Jehan Lefèvre, de Saint-Cast-le-Guildo, connu pour sa capacité à innover et pour son cidre plusieurs fois primé.

Bien des projets se sont greffés autour de cette idée de groupement, un gré des rencontres de Thierry Schimpf avec une dizaine de cidriers bretons et de représentants de la chambre d'agriculture : «*J'ai*



C'est Jehan Lefèvre, de Saint-Cast, qui emploiera la personne chargée de développer le projet. (Photo d'archives).

ressenti un énorme besoin de suivi qualité ; des questions se posent en matière d'environnement : que faire des déchets de marc de pomme, comment valoriser la peau, les pépins, etc ; quelles recherches mener sur d'éventuels produits dérivés : le vin de pomme, la confiture, la gelée, les extraits de concentré. Imaginons également un vinaigre de cidre qui soit haut de gamme, estampillé «bio», se prend-il à rêver.

Nouvelles bouteilles

Le détecteur Éveil aborde également la question des contenants : on trouve le cidre en bouteille de 37, 5 cl ou 75 cl mais la demande des bars et des boîtes de nuit existe pour les 25 cl.

Mais comment rivaliser face aux industriels dont les prix de

vente sont moins élevés ? En valorisant l'image du produit !

Une carte des cidres

Le groupement créerait une carte des cidres de ses adhérents. Chacun garde donc ses spécificités, ses étiquettes. Aux clients - hôtels, crêperies, restaurants, épiceries, grandes surfaces, etc - de faire leurs choix d'après cette carte et la capacité de production des uns et des autres. «*La garantie du client, c'est de savoir que, de toute façon, le suivi qualité existe chez tous ces cidriers.*»

Un millésime

La réflexion va même jusqu'à la création d'un millésime car la production a une durée de vie limitée. Cela demandera forcément beaucoup de

recherches. Le développeur Éveil va donc avoir du pain sur la planche : il devra proposer le type de groupement à mettre en place : un groupement d'intérêt économique, une association, une coopérative ? Il lui faudra trouver des accompagnateurs à ce projet : Etat, chambre consulaire, région, coodépran, déjà représentés dans le cadre des réunions Éveil.

Il lui faudra bien sûr convaincre des cidriers d'intégrer le groupement.

Son profil : il sera directeur du groupement. Il s'agira d'un cadre, parlant anglais. Il sera l'interface entre les producteurs et le marché.

Une dernière qualité incontournable : il devra aimer le produit !

Pierre-Yves GAUDART