

Un label responsable pour le Brin d'Olivier



Bruno Fleith dirige le Brin d'Olivier depuis 2015.

Le Brin d'Olivier rejoint le cercle fermé des entreprises a décroché le label PME +, décerné par la Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France (FEEF). Elle récompense les sociétés qui « placent l'humain au cœur de la performance de leur entreprise, créent de l'emploi dans leur région, fabriquent des produits associant savoir-faire et qualité, maîtrisent leur empreinte sur l'environnement », explique la Feef. « C'est un label qui met en valeur les entreprises du territoire français, décrit Bruno Fleith, le président de Brin d'Olivier. Le but est de mettre en avant notre transparence face aux consommateurs. » Depuis sa reprise de l'entreprise, il y a 6 ans, Bruno Fleith a eu à cœur de mettre en place une culture RSE (responsabilité sociétale des entreprises) dans l'entreprise. « Ça me parle. J'ai 4 enfants et j'ai envie qu'ils vivent dans ce monde. »

Pour décrocher ce label, il a fallu du temps à l'entreprise. Dans un premier temps, il a donc fallu réunir les producteurs d'olives. « Nous avons fait des tables rondes avec eux pour voir ce que nous

attendions d'eux et inversement. »

Il a également fallu travailler sur la qualité de vie au travail, avec une attention particulière réservée à la formation. « C'est important de pouvoir former les jeunes assez tôt. » Dans un souci de transparence accrue, l'entreprise est présente sur toutes les applications de consommateurs. « Tous nos produits y sont et on sait ce qu'il

ya dedans. »

Enfin l'empreinte écologique est une donnée importante pour le dirigeant qui souhaite encore la réduire. « Nous sommes en train de développer un sachet entièrement recyclable. Mais ce n'est pas simple à faire en raison de la saumure, car il faut qu'il soit hermétique. L'objectif est d'être capable d'en avoir en 2022. »

R. B.

Historique du Brin d'Olivier

Créée il y a une cinquantaine d'années par une famille nyonnaise, la marque Le Brin d'Olivier a su traverser le temps avec succès. « Leur affaire s'est bien développée au moment de l'avènement des hypers et supermarchés », lance Bruno Fleith qui a repris l'affaire en 2015. Ces derniers ont une idée : offrir un présentoir aux grandes surfaces, afin que les produits puissent être mis en valeur. « Cela a représenté un marqueur de dynamisme pour la marque », reconnaît le dirigeant. Si la mise en valeur a encore du mal à perdurer au regard des exigences des surfaces de vente, elle a permis à l'entreprise familiale de se développer. Aujourd'hui, l'entreprise

compte une vingtaine de salariés et ne compte pas s'arrêter en si bon chemin.

Le passage de relais a eu ainsi lieu en 2015, alors que les héritiers ont fait part de leur souhait de ne pas reprendre l'activité familiale. À cette époque, Bruno Fleith est, lui-même à un tournant de sa vie. Longtemps salarié dans des entreprises agroalimentaires, il décide avec sa famille de vivre son rêve en se lançant dans l'entrepreneuriat. Pour l'accompagner, il a pu compter sur le soutien de deux fonds institutionnels : BPI et le Crédit Agricole. 20 % des olives vendues par l'entreprise sont françaises. La Tanche est l'une des valeurs sûres de la gamme.