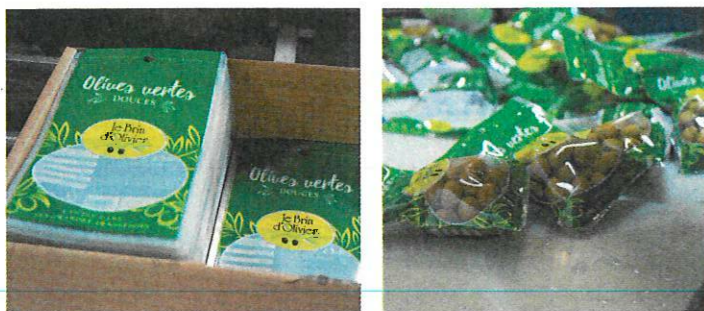


Le Brin d'Olivier soutient l'olive de bouche française

Le confiseur Le Brin d'Olivier travaille à augmenter le sourcing en olives de bouche françaises. Fragile, la PME mise sur son positionnement local et made in France plébiscité par les consommateurs.

Seules 2 % des olives de bouche consommées sur le territoire sont françaises. Le reste vient du Maroc ou d'Espagne. Implanté à Nyons en Drôme provençale, le confiseur Le Brin d'Olivier, créé en 1974 et spécialisé dans ce produit «rustique et noble», a eu tout de suite une résonance chez Bruno Fleith, ancien salarié de l'agroalimentaire (Teisseire, Aoste...), en quête de reconversion après avoir fait le tour de l'Atlantique avec femme et enfants. «J'ai senti qu'il y avait moyen d'innover, que je pourrais faire de la RSE et travailler pour relever le défi de la souveraineté alimentaire pour les olives.»

D'abord revendues localement à des charcutiers, des bouchers ou des épiciers, les olives Le Brin d'Olivier entrent en GMS dans les années 70-80, avec une gamme complète dans des sachets en plastique sur des présentoirs. L'entreprise grossit pour atteindre un CA de 5 millions d'euros. En 2015, ses propriétaires, sans successeur, cherchent un repreneur. Séduit par l'activité (85 % d'olives de bouche et 15 % d'huile), les cédants et la région, Bruno Fleith se lance dans l'aventure. Il découvre les contrats non écrits avec les producteurs, hérite d'accords avec la grande distribution compliqués à faire bouger et perçoit la difficulté de fédérer une filière où la majeure partie des agriculteurs ont des cultures principales, comme l'abricot et la vigne.



La société travaille avec 60 producteurs et deux variétés: la tanche AOP de Nyons et la picholine du Gard. En sachet de 150 g, en bocaux (200 à 300 g) ou en sachet souple (500 g), les olives se dégustent à l'apéritif ou en entrée.



«L'olive était délaissée. S'il n'y avait pas de récoltes, ce n'était pas très grave», note-t-il alors.

Baucoup de main-d'œuvre
«Il fallait mieux les rémunérer et leur apporter des solutions pour améliorer la productivité face aux attaques de mouches par temps humide», poursuit-il. À l'inverse des olives pour l'huile, celles de bouche sont ramassées à la main, triées, calibrées et nécessitent beaucoup de main-d'œuvre. «Aujourd'hui, on s'engage à acheter toute la récolte, quelle qu'elle soit, à un prix stable.»

À Nyons, les petits fruits sont récoltés entre le 15 novembre et le 15 décembre. Puis, le reliquat part pour faire de l'huile. Le Brin d'Olivier désamérise, aromatise et conditionne ses olives. «Nous allons sortir un sachet PE entièrement recyclable

en 2022 et nous y apposerons le Nutri-score», annonce Bruno Fleith. «Nous cherchons à augmenter nos volumes avec une ancienne variété de Provence et d'Occitanie, qui pourrait constituer une troisième référence à horizon 2022-2023.» La société propose aussi quatre références de vrac en 5 kilos pour des traiteurs indépendants et des supermarchés. En mars 2020, elle a sorti une petite gamme bio avec une olive noire, une verte et une autre marocaine, mais les volumes restent limités.

Positionnée premium, la marque est présente au national chez Carrefour, Auchan, Match, Casino, Intermarché et U, et elle livre en Alsace, en Bretagne et dans le Nord. Mais face à des concurrents comme Tramier (racheté par le groupe espagnol Borges) et Crespo, qui transforme ses olives en Espagne ou au Maroc, la PME 100 % made in France reste fragile même si son positionnement est le bon. Labellisée PME+ depuis 2014, elle vise 6 millions d'euros de CA pour 2021 et 7 millions en 2022. Avec aussi le démarrage de l'e-commerce. ■ S. LAV.

1974 date de création
5,4 M€ de CA 2020, dont **20%** pour les olives françaises
900 tonnes d'olives produites par an
15 salariés (et des contrats courts en saison)
Source: entreprise