

Savon de Marseille : le chaudron de la discorde

Les producteurs de savon de Marseille se divisent à cause du label Indication géographique, garant d'un savoir-faire traditionnel et d'un ancrage local.

PAR MAXIME DEGENÈVE

Publié le 06/06/2016 à 19:34 | Le Point.fr



À l'heure des produits naturels, du made in France et de l'authentique, le savon de Marseille a l'avenir devant lui. Sauf qu'aujourd'hui, le nom *savon de Marseille* ne signifie rien : vous pouvez tout aussi bien acheter sous cette étiquette un produit industriel fabriqué en Asie. Les producteurs de ces cubes vert pâle ou beiges, mélange brut d'huiles végétales et de soude, avaient tout intérêt à se lancer dans la course au label. Depuis juin 2015, l'Indication géographique (IG) peut protéger les savoir-faire et les produits manufacturés ancrés dans un territoire. Encore faut-il se mettre d'accord sur cette tradition utilisée comme argument de vente.

Au moment de fixer dans l'airain le cahier des charges d'un produit traditionnel reconnu IG, les producteurs concurrents peinent toutefois à s'entendre. L'Association des fabricants de savon de Marseille (AFSM), qui regroupe 12 savonniers du Sud-Est, a déposé son dossier d'IG le 16 mai 2016 auprès de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI), chargé de gérer les candidatures. La riposte n'a pas traîné du côté de l'Union des professionnels du savon de Marseille (UPSM), quatre "maîtres-savonniers" héritiers des techniques ancestrales : le 22 mai, l'INPI a reçu un second dossier pour classer le savon de Marseille.

Savon brut contre savon parfumé

Au moins, les deux organismes sont d'accord sur un point : il faut promouvoir la qualité du savon de Marseille produit dans la région. La grande majorité du savon prétendument marseillais actuellement sur

le marché est fabriquée en Asie, selon des procédés bien plus chimiques qu'authentiques. "Il n'est pas question de laisser la porte ouverte à des savons de qualité médiocre", déclare au Point.fr Serge Bruna, à la tête de la savonnerie marseillaise La Licorne, et président de l'AFSM. Seulement, son association refuse de faire passer la tradition avant l'adaptation aux goûts du plus grand nombre. "À plus de 90 %, notre clientèle veut des produits colorés et parfumés, argumente le savonnier. En 1900, mon grand-père ajoutait déjà des huiles essentielles de lavande, de violette ou de rose à ses savons." L'entreprise familiale La Licorne et sa dizaine de salariés côtoient dans l'AFSM de plus grosses structures, parmi lesquelles L'Occitane, géant de la cosmétique. Ensemble, ils produisent 8 000 tonnes de savon de Marseille par an.

"Nous, nous défendons le savon de Marseille authentique", résume dans le camp d'en face Julie Bousquet Fabre, présidente de l'UPSM. "Nous réalisons nous-mêmes la saponification dans de grands chaudrons, pour transformer les huiles végétales en savon : c'est ce qu'on appelle le procédé marseillais, et nous sommes les derniers à le pratiquer", poursuit celle qui est aussi directrice générale de la savonnerie Marius Fabre, basée à Salon-de-Provence. Son arrière-grand-père a donné son nom à la savonnerie qu'il a fondée en 1900. Résolument traditionnalistes, héritiers des fabricants historiques, les quatre maîtres-savonniers représentent quelque 3 500 tonnes de savon. Une bagatelle face aux 20 000 ou 25 000 tonnes de savon de Marseille produites en France. Mais leur position est claire : "Nous n'empêchons personne d'utiliser le nom de savon de Marseille, mais nous voulons que notre savoir-faire soit protégé", martèle Julie Bousquet Fabre.

200 produits pour mettre en valeur le savoir-faire local

Symbole de Marseille et de la région, le savon avait vu sa fabrication réglementée une première fois par Louis XIV, en 1688, pour s'assurer de la qualité du produit. La cuisson des huiles végétales au chaudron dure huit jours, puis la pâte est mélangée à la soude et à de l'eau salée, avant de mouler puis de découper le produit en bloc avec l'imposition de l'authentique marquage : "72 % huile d'olive". "Notre produit est le seul à être 100 % naturel, ce qui lui confère un caractère hypoallergénique", explique Julie Bousquet Fabre. Nos clients à l'étranger ne s'y trompent pas : pour les Japonais, il s'agit d'un produit de luxe."

Désormais, les deux regroupements de savonniers attendent l'arbitrage de l'INPI. Le savon de Marseille a fait l'objet de la première demande d'IG, mais il ne sera peut-être pas le premier homologué. "Les producteurs de sièges de Liffol, dans les Vosges, ont déjà demandé une IG, explique au Point.fr Jean-Marc Le Parco, directeur général délégué de l'INPI. Et les personnes intéressées ne manquent pas : la porcelaine de Limoges, le granit de Bretagne, les couteaux de Laguiole, les vases de grès d'Anduze, ou encore les parapluies d'Aurillac pourraient profiter de l'appellation pour donner de la visibilité à des traditions et des savoir-faire locaux." Une cinquantaine d'industriels sont déjà en contact avec l'INPI, qui estime à 200 le nombre potentiel de labels IG en France.

Le dispositif était très attendu. Il existe plusieurs labels pour les produits agricoles, mais l'IG est la première reconnaissance des traditions historiques et locales en matière de création industrielle. Le label permettra de donner de la visibilité et de la clarté aux produits industriels de qualité. Sur ce point, la France sert d'expérience-pilote : "Bruxelles suit de près ce que nous avons mis en place. Nous espérons que l'appellation sera vite reconnue au niveau européen, puis international," annonce Jean-Marc Le Parco. Reste à espérer que cela ne conduise pas systématiquement à des batailles locales. À moins qu'il ne s'agisse là encore d'une tradition ?

http://www.lepoint.fr/economie/savon-de-marseille-le-chaudron-de-la-discorde-06-06-2016-2044828_28.php#xtmc=indication-geographique&xtnp=1&xtcr=3