

Carta oberta de Pep Lemon

Després d'una setmana d'anunciar el cessament temporal d'activitat, hem rebut molts imputs que ens agradaria contestar en clau positiva i visió de futur.

Pep Lemon té una visió diferent. Replicar el mateix model existent de producció massiva, barata i centralitzada que ja existeix no té sentit ni aporta res al territori.

Des de zero hem desenvolupat un procés de producció col.laboratiu. De l'arbre a la botella. Ha costat molt d'esforç però també vol dir que tenim un producte únic al mercat. Ha estat just una idea romàntica? No, habitualment a la feina que representa implantar un procés nou se l'anomena innovació.

Pep entra en el sector local de refrescs, on la majoria de marques, algunes tan sonades com Miret, Orambo, La Revoltosa... havien desaparegut. Sempre hem reivindicat la diversitat, tant de marques com gustos. És bona notícia per tant, que ara aparegui la gamma de refrescs Font Mallorca, que Sucfrut hagi modernitzat imatge i fàbrica i que begudes Puig aposti per un nou format.

El més interessant d'aquests anys, apart d'haver fet realitat el projecte, ha estat que en Pep es sentís com una idea col.lectiva. Hem engegat accions com la de "Produïm aquí!" amb Pimem, a favor del producte local. Hem estat reconeguts amb diferents premis (Eureka! Ajunt. Palma, Generalitat de Catalunya, Conama -Congrés Nacional Medi Ambient a Madrid-). La participació popular als concursos "Pep summer sound", a les festes, a les xarxes..., i hem tengut ressò a mitjans tant a dins com a fora de l'illa. Actualment participam activament en el projecte "Pla d'Impuls de l'ús d'envasos de begudes reutilitzables" amb Rezero.

En Pep és i serà realitat. Hem executat el nostre pla d'empresa i inversions tal i com estava previst. Les vendes augmenten, però és cert que la sostenibilitat econòmica encara no ha arribat. Quina empresa de nova creació arriba en tants pocs anys? En aquest sentit, reenfocar la producció i la forma d'arribar al mercat és una responsabilitat que com empresaris hem d'assumir.

Per acabar, aclarirem algunes de les "fake news" i altres idees conspiratives que s'han escampat.....No ha estat la Pepsi, no formam part de fundacions "indepes", no hem venut la logística a altres marques (encara que acabim en LEMON), no hem tancat!

El "good by Pep!" era una decisió difícil però necessària si no volem perdre la quintaessència del projecte. Qui no s'arrisca, no guanya.

Fins ben aviat!

PEP