



Les supermarchés coopératifs

ARTICLE DE PRESSE

En France, le formidable essor des supermarchés coopératifs



Le film documentaire Food Coop, qui sort ce mercredi 2 novembre au cinéma, scrute la vie de Park Slope Food Coop, la coopérative de Brooklyn qui a inspiré la création du supermarché collaboratif désireux de rendre les bonnes choses accessibles à tous, La Louve, à Paris. De quoi revenir sur les avancées du projet et la façon dont il essaime un peu partout en France.

La Louve... et ses petits

En trois ans, la dynamique portée par La Louve à Paris a réussi à réunir 3000 adhérents. Du petit local que l'association a pu investir pour monter le projet aux 1500 mètres carrés qu'elle finit actuellement d'aménager au 116 rue des poissonniers, dans le 18ème arrondissement parisien, le chemin parcouru a de quoi inspirer. « Nous avons surtout été soucieux de conserver les mêmes règles que le supermarché coopératif Park Slope Food Coop de Brooklyn » confie Tom Boothe, le réalisateur du film également instigateur de La Louve, pour qui les 43 ans d'existence de ce modèle américain sont un héritage précieux.

Les sept semaines d'immersion et de tournage permettent de sentir à quel point les membres (16 000 à ce jour) nourrissent une relation particulière au lieu, à ce qu'il leur offre, à ce qu'ils leur doivent : « nous avons réussi jusqu'à maintenant à La Louve à établir une ambiance de travail similaire, qui évite la culture de l'échec. Il n'y a pas les personnes diplômées donneuses d'ordre d'un côté et les personnes moins diplômées à la manœuvre de l'autre. Tout le monde est logé à la même enseigne, et les risques pris par le modèle de coopérative de consommateurs que nous avons choisi est tel que cette culture est essentielle au bon fonctionnement du projet », insiste-t-il pour revenir sur ce besoin de respecter l'expérience de ceux qui ont réussi à mettre sur pieds ce projet encore unique Outre Atlantique.

Car s'il existe d'autres coopératives alimentaires aux USA comme ailleurs dans le monde, La Louve est la seconde seulement à suivre le modèle de Park Slope Food Coop. « La plupart des supermarchés coopératifs ne font que partager le capital entre multiples copropriétaires, les bénéfices sont réinvestis dans la coopérative mais les prix sont normaux et les copropriétaires ne travaillent pas bénévolement... Au final, ceux qui ont le moins d'argent finissent par travailler pour ceux qui ont de l'argent et souvent l'ambiance est celle d'un simple supermarché », juge Tom Boothe, pour qui la France est le pays idéal pour répliquer le modèle de Park Slope : suite au lancement de la dynamique à Paris, une quinzaine de projets similaires se sont lancés dans l'Hexagone et en Belgique. « La qualité de la nourriture est importante pour les Français et la grande distribution y est fortement critiquée, contrairement aux Etats-Unis où Park Slope, par exemple, est vu comme un 'supermarché socialiste' », explique encore Tom Boothe pour justifier l'enthousiasme généré par le projet – sans oublier le fait que certains réseaux institutionnels, comme France Active, permettent d'accompagner les démarches de financement auprès des banques...

Un enthousiasme bien français

Ainsi donc se sont lancées la SuperCoop à Bordeaux, la Cagette à Montpellier, Otsokop à Bayonne, La Chouette Coop à Toulouse, Scopéli à Nantes et d'autres initiatives dont on parle encore à Lille ou Biarritz ! Partout, des centaines de consommateurs se regroupent pour donner vie à cette dynamique. « En France nous sommes en quête de sens sur tous les plans, la recherche d'une transparence totale sur les produits que nous consommons et qui nourrissent nos enfants, la volonté de devenir acteur de sa consommation, l'envie de s'ouvrir aux autres, de créer une société plus humaine, plus solidaire... une prise de conscience en même temps qu'un élan d'humanisme pour se relever de la crise et changer la donne de l'équilibre social dans notre pays ! » estime Anne Monloubou, à l'origine de la Supercoop, à Bordeaux.

Pendant l'été 2014, cette mère de famille découvre le concept à Brooklyn, et c'est le déclic. Confrontée à la question du bien manger, elle se pose des questions sur la consommation et l'origine des aliments : « je fais face à une vraie



difficulté de manger sainement à des prix acceptables, avec une vraie traçabilité des produits » confie celle qui décide alors de partir quelques semaines à New York pour s'imprégner, observer, comprendre et apprendre, à Brooklyn, au cœur de ce supermarché pas comme les autres. A son retour en janvier 2015 la dynamique est lancée: « nous montons la coopérative au sein de la métropole bordelaise, nous sommes passés de 150 adhérents en septembre 2015 à 600 en mai 2016 et disposons depuis novembre 2015 d'un local à Bègles pour l'association des Amis de Supercoop en attendant de trouver un local pour le Supermarché coopératif et participatif » .

Céline Laporte, à Toulouse, suit aussi le projet parisien depuis ses débuts. Membre active des réseaux locaux investis dans le champ de l'économie collaborative, elle lance l'idée de supermarché coopératif toulousain La Chouette Coop fin 2014 : « nous étions 4 au début, puis la réunion suivante 20, puis 80. Aujourd'hui nous sommes plus de 500 adhérent-e-s de l'association qui existe depuis mars 2015 » raconte-t-elle en expliquant que leur groupement d'achat propose une fois par mois des produits aux adhérent-e-s avant de proposer dès janvier 2017 un accès aux produits tous les vendredi et samedi. « Avoir trouvé un petit local nous permet de grandir, mais tout va s'accélérer quand on aura trouvé un grand local (environ 1000 m²) pour abriter le supermarché ».

A Montpellier, La Cagette a été lancée en juillet 2015 et là aussi le nombre d'adhérents s'est accru rapidement (425 aujourd'hui dont 20 très actifs) : « les membres partagent l'envie de voir naître une nouvelle génération d'entreprises, coopératives, ou de créer un lien nouveau entre producteurs et consommateurs. La dynamique sera étendue à l'ensemble de l'agglomération, avec des produits des environs, biologiques, équitables... » témoigne Léa Cavalin, membre active qui ne sait encore s'il s'agira d'un grand supermarché ou de plusieurs moyennes surfaces essaimées. Là aussi un groupement d'achat, actif depuis un an au 11 rue ballard, permet aux adhérents de tester les produits et le fonctionnement du projet.

Des aventures humaines

Car comme le montre le film Food Coop, une organisation précise est requise pour le bon fonctionnement de la coopérative. Chacun doit donner de son temps (3 heures par mois), le travail est divisé par groupes, avec des représentants de groupe qui se réunissent une fois par mois pour tenir au courant les autres groupes des avancées... « C'est le moment de prendre certaines décisions qui n'auraient pas trouvé consensus au sein d'un groupe donné. En dernier recours, si un sujet n'est pas consenti par l'ensemble, il sera débattu en AG. Elles ont lieu une fois par trimestre » explique encore Léa Cavalin en précisant qu'une réunion d'information est organisée chaque premier mercredi du mois. « Trouver un bon mode de fonctionnement humain était primordial pour lancer le projet de manière pérenne », confirme aussi Anne Monloubou. Pour Céline Laporte, la dynamique est portée « par l'enthousiasme, l'engouement et l'envie d'agir et de participer concrètement à un projet qui touche un geste que nous reproduisons au moins trois fois par jour... »

Si les adhérents sont de profils variés (étudiant-e-s, retraité-e-s, chômeurs, salariés), le nombre de femmes est souvent plus important. « Les militants déjà conscients du besoin de changer notre alimentation sont aussi plus nombreux » reconnaît Céline Laporte, pour qui la solidarité qui existe entre les différents projets de supermarchés coopératifs permet de ne pas s'égarer et gérer le quotidien coopératif avec souplesse. « L'humain est vraiment au cœur de ce projet commun dont chacun porte la conviction qu'il s'agit d'une nouvelle alternative, d'une réponse pour une nouvelle manière de consommer et d'être acteur du changement » précise Anne, de la Supercoop Bordelaise dont les bénévoles, là aussi, sont d'origines, de métiers et d'âges fort variés : « nos disponibilités sont variables et les étapes de la construction ne sont pas toujours faciles à gérer, mais l'énergie se renouvelle toujours et perdure ! » précise la jeune femme pour qui ces contraintes aident à développer créativité et agilité dans le pilotage du projet et les relations humaines.

L'aide afflue-t-elle de la même manière du côté des pouvoirs publics ? A Bordeaux l'association a reçu le prix Innovation Sociale de la région en 2015 et le fonds social européen a permis d'embaucher un premier salarié en septembre 2016, « sans parler de nombreux soutiens du côté d'Aquitaine Active, Bordeaux-Mécènes Solidaires, la ville de Bègles, la ville de Bordeaux et Bordeaux Métropole, la Région, et même l'Etat avec la DREAL » s'enthousiasme Anne Monloubou en soulignant que la coopérative souhaite à terme voler de ses propres ailes. A Toulouse, la Chouette Coop est soutenue par l'élue en charge de l'Economie Sociale et Solidaire et l'association a pu recevoir le soutien de Première brique, un incubateur de Toulouse métropole. A Montpellier, La Cagette repose surtout sur le tissu associatif local: « Alternatiba en septembre 2015 fut un beau fer de lance pour accroître le nombre de nos adhérents, et nous nous sommes peu à pas adressé aux institutions. Le financement participatif nous permettra de conserver cette liberté de décision » précise Léa Cavalin.

En l'occurrence, plusieurs de ces supermarchés coopératifs à but non lucratif sont en train de lever des fonds sur des plateformes de financement participatif ces jours-ci. A Bordeaux, SuperCoop compte sur cette opération pour « monter et financer les outils et formations nécessaires à l'ouverture de la première étape de notre projet, l'épicerie-école, en attendant de rassembler suffisamment d'adhérents (1 200 personnes) et de trouver le local du Supermarché



définitif, sur 1 500 m² »).

A Toulouse la campagne de financement se déroule également sur KissKissBankBank, et à Montpellier pour La Cagette sur Zeste. L'ensemble des projets échangent énormément sur leurs avancées et cultivent également une belle solidarité dans leurs démarches. La force du local ? Sans aucun doute !

Le Monde (Blog), 02/11/2016

<http://alternatives.blog.lemonde.fr/2016/11/02/le-formidable-essor-des-supermarches-cooperatifs/>

COMPRÉHENSION DES ÉCRITS

❖ Lire le texte et répondre aux questions :

1. Le concept de supermarché collaboratif est français. Vrai Faux

Justification : _____

2. Quels éléments du texte démontrent le succès de la Louve à Paris ?

3. L'organisation de Park Slope Food Coop est comparable à celle d'une entreprise. Vrai Faux

Justification : _____

4. En quoi le modèle économique de Park Slope Food Coop et La Louve est-il différent de celui d'autres coopératives alimentaires ?

5. En quoi la France est-elle le pays idéal pour suivre le modèle de Park Slope Food Coop ?

6. Quelles sont les motivations des Français qui ont suivi le modèle de Brooklyn et créé ces structures ?



7. Les motivations des adhérents sont principalement financières.

Vrai

Faux

Justification : _____

8. Comment ces structures françaises se financent-elles ?

ARTICLE DE PRESSE

Supercoop à Bègles : le supermarché qui appartient à ses clients



Avec l'achat de parts à prix modique et trois heures par mois consacré au magasin, les consommateurs disposent de produits de qualité vendus à marge très réduite.

Franchir la porte de Supercoop un panier à provisions à la main, c'est en quelque sorte entrer dans son propre garde-manger. Au détail près, qu'il est partagé par plus de 400 personnes... et qu'elles devraient être environ 1 500 au milieu de l'année prochaine.

Le minuscule supermarché installé dans l'ancienne perception des impôts, à Bègles, place du 14-Juillet, est un lieu unique en Gironde, très rare en France (il n'y en aurait que trois, avec un à Paris, La Louve, et un autre à Bayonne, Otsokop). Le principe veut que les consommateurs soient « coopératifs et participatifs ». Anne Monloubou, architecte-paysagiste de métier, devenue épicière par engagement, a porté le projet pendant trois ans (1) et a gagné la partie. Oh ! pas toute seule. Ce fut « une force qui va », comme disait Victor-Hugo (dont on a beaucoup parlé ces derniers jours et qui ne circulait pourtant pas en Harley-Davidson), avec des jeunes, des retraités, des garçons et des filles, des riches un peu, beaucoup et pas du tout. « On entend parfois dire que nous sommes des bobos ; à Supercoop, il y a des gens avec des petits revenus, des minima sociaux, de minuscules retraites », se défend Anne Monloubou avant même que ne s'exprime le méchant soupçon.

« Pas des bobos »

Supercoop, c'est quoi ? C'est faire fonctionner un petit supermarché (1 000 références de produits en rayon aujourd'hui, 3 000 au printemps prochain) à partir de parts qu'achètent les coopérateurs-consommateurs. Ils ajoutent trois heures par mois à jouer au marchand ou à la marchande (ce peut être aussi du télétravail de gestion depuis son domicile). Un jeu pour grandes personnes et le plus sérieux du monde. Peut-être même que Supercoop ouvre une voie révolutionnaire dans le binôme distribution-consommation.

Les centres commerciaux se réinventent pour préserver leur avenir

« Pour entrer à Supercoop, les coopérateurs-consommateurs doivent acheter 10 parts à 10 euros, donc investir 100 euros. Mais les personnes qui perçoivent des minima sociaux y accèdent à 10 euros », poursuit Anne Monloubou.

Une fois coopérateurs, les consommateurs bénéficient de produits dont le prix est de 20 à 40 % moins chers que dans les circuits classiques. C'est bien, mais ce n'est pas là le seul intérêt, loin s'en faut : on ne mène pas combat sur le terrain des discounters. Les produits doivent être au-dessus de tout soupçon, bio et – ou – locaux, circuits courts, sans composés douteux (dans le domaine des soins du corps, c'est aussi important que dans l'assiette), pas d'enfants qui triment au bout du monde. Que du clean ! Et s'il y a un doute, un élément non renseigné, une ombre sournoise, le produit n'accède pas au rayon. Et encore, si les clients-coopérateurs ne sont pas satisfaits d'un produit, celui-ci doit aller tenter sa chance ailleurs. Ce fut le cas pour un cidre jugé peu goûteux. Le départ d'un produit est aussi démocratique que son entrée : c'est l'assemblée des coopérateurs qui décide.



Le prix est « la juste rémunération des producteurs ». Jean-Paul Taillardas, jeune retraité journaliste, indique qu'une marge unique de 17 % est appliquée sur tous les produits et qu'elle est réinvestie dans la marche du supermarché et dans les deux salariés qui sont indispensables à la continuité du fonctionnement. Anne Monloubou ajoute l'esprit – bon – qui règne entre les clients-coopérateurs, avec notamment le cas d'une Mérignacaise qui se rend chaque jour passer quelques moments d'activité à Supercoop. « Notre nouvelle adresse (NDLR : lire ci-dessus) va nous permettre de toucher un public modeste et d'ajouter au supermarché un but social », se réjouit la coopératrice.

(1) La Ville de Bègles a particulièrement soutenu ce projet avec les maires Noël Mamère, puis Clément Rossignol Puech, et l'adjointe à l'activité économique Fabienne Fédou ; la Ville de Bordeaux aussi avec l'élue Émilie Kuziew.

Un nouveau magasin au printemps

Plus vastes, capables de proposer 4 000 produits (contre un millier aujourd'hui), tels se présentent les nouveaux locaux de Supercoop qui ouvriront au mois de mars 2018. Ils seront situés à proximité du boulevard Jean-Jacques-Bosc, près de la Cité numérique de Bègles, côté Bordeaux. Précisément rue Oscar et Jean-Auriac. Toutefois les bureaux de l'association resteront sur le site béglais de la place du 14-Juillet. Alors qu'aujourd'hui Supercoop est ouvert du lundi au vendredi, seulement de 17 à 19 h 30 (de 10 à 19 h 30 le samedi), le nouveau magasin coopératif sera ouvert 60 heures par semaine. Compte tenu des investissements à y réaliser, l'association lance un appel à sociétaires. Les renseignements sont sur coopfunding@supercoop.fr. Le site est www.supercoop.fr

Sud Ouest, 12/12/2017

<http://www.sudouest.fr/2017/12/12/le-supermarche-qui-appartient-a-se-s-clients-4027205-2760.php?xtmc=supercoop&xtnp=1&xtr=1>

PRODUCTION ÉCRITE

- ❖ Rédiger un résumé de 60 mots sur l'article de Sud Ouest.

VOCABULAIRE

- ❖ Relever le vocabulaire nouveau de l'article de Sud-Ouest et en chercher une définition.