

Ils sont les symboles d'une économie sociale et solidaire en plein essor : les supermarchés coopératifs et participatifs fleurissent à Paris et dans les plus grandes villes françaises. L'objectif des coopérateurs ? Reprendre en main leur consommation, manger mieux sans payer plus cher, tout en rétribuant justement les producteurs. Plongée dans un mouvement qui rejette explicitement la grande distribution conventionnelle.

SUPERMARCHÉS PARTICIPATIFS QUAND L'UTOPIE DEVIENT RÉALITÉ

Ils poussent comme des champignons ! Les projets de supermarché participatif et coopératif à but non lucratif essaiment en France, ces derniers mois. La Louve, fer de lance de ce mouvement, est la première coopérative à être passée de l'utopie aux gondoles, avec l'ouverture en novembre dernier de son supermarché de 1500 m², dans le 18^e arrondissement de Paris. À la tête de cette Louve, non pas des jumeaux, mais deux Américains : Tom Boothe et Brian Horiban. Pas étonnant donc que leur modèle soit, en tous points, calqué sur le Park Slope Food Coop de Brooklyn. « Si nous en sommes là, c'est parce que nous avons passé quatre ans à décortiquer son fonctionnement dans les moindres détails », rappelait Tom Boothe à l'occasion des rencontres Intercoop qui se sont tenues fin février.

Ce fameux supermarché participatif de Park Slope est une véritable institution à

New York. Créé en 1973, avec pour objectif de redonner du pouvoir d'achat aux habitants de ce quartier modeste, il s'est progressivement mué en une communauté d'usagers soucieux de modifier leur rapport à la consommation. Une communauté de... 17 000 membres, à la fois sociétaires, clients et travailleurs bénévoles. Trois heures par mois, chacun assure une tâche inhérente au fonctionnement du magasin : réception de la marchandise, mise en rayon, entretien, caisse, mais aussi découpe des fromages, préparation des fruits ou encore comptabilité.

33 MILLIONS D'EUROS DE CA SUR 1000 M²!

Les bénévoles sont si nombreux qu'un staff pléthorique de 70 salariés est nécessaire pour coordonner leur travail ! Un comble... Mais qu'importe, le succès est incontestable. L'économie réalisée sur la masse salariale via l'autogestion doit per-

mettre à la coopérative de pratiquer des tarifs 20 à 40 % inférieurs à la concurrence. Sur 1000 m², Food Coop enregistre la bagatelle de 33 millions d'euros de chiffre d'affaires (35 M\$), ce qui en fait sans aucun doute le supermarché le plus productif au m² des États-Unis. De quoi nourrir bien des espoirs, de notre côté de l'Atlantique.

PLUS DE 30 PROJETS EN FRANCE

La Louve, bien qu'encore au stade embryonnaire (lire p. 24), est bien partie pour emprunter la même trajectoire que son homologue américain. Déjà 4 500 membres ont rejoint la coopérative, séduits par son approche sociale et solidaire. Et la coop parisienne n'est pas une initiative isolée. On dénombre aujourd'hui près d'une trentaine de projets comparables, partout en France : à Lille, Bordeaux, Toulouse, Nantes, Montpellier et plusieurs autres grandes villes françaises. « Nous sommes sollicités toutes les semaines par



Xavier Denis d'après l'illustration de Max de Radigues pour l'affiche Food Coop.

des associations qui souhaitent dupliquer notre modèle. Récemment, nous avons reçu Chambéry, Saint-Étienne, Saint-Nazaire ou encore Dunkerque », rapporte Geneviève Sevrin, présidente de la SAS Superquinquin, la coopérative lilloise, qui ouvre son épicerie-école sur 300 m² début avril. Au départ, la plupart des coops misent sur un magasin laboratoire. Ne serait-ce que parce qu'elles ne peuvent pas toutes, d'emblée, financer un investissement comparable à celui de La Louve, de l'ordre de 1,6 million d'euros.

Pour autant, selon Tom Boothe, l'un des facteurs clés du succès des coopératives participatives réside dans la taille suffisante du magasin. Celui-ci doit offrir une gamme complète, qui permette aux membres de réaliser l'essentiel de leurs courses au sein de la coopérative. Le format supermarché est donc à privilégier. « La première année, les gens sont tous très motivés pour venir effectuer leur travail

bénévole. Mais lorsque cela devient une corvée, ils comparent le temps qu'ils y consacrent à la part des courses et des économies réalisées. S'ils ne font que 30 % de leurs achats alimentaires au sein de la coopérative, ils abandonnent très vite ! »

UN REFUS ASSUMÉ DE LA DISTRIBUTION

Sans préjuger du futur succès commercial de ces nouvelles coop de consommateurs, l'émulation que suscite le phénomène ne peut qu'interpeller la distribution. Une frange croissante de Français lui tourne le dos. Ceux-là mêmes qui fréquentent également les autres circuits alternatifs (AMAP, magasins de producteurs, vente directe, etc.) pour donner davantage de sens à leur consommation. « Nous n'étions pas satisfaits de l'offre alimentaire qui nous était proposée, alors nous avons décidé de créer notre propre supermarché »,

« Nous n'étions pas satisfaits de l'offre alimentaire qui nous était proposée, alors nous avons décidé de créer notre propre supermarché. »

brandit la Louve en guise de slogan. « Nous sommes un certain nombre d'usagers-citoyens à souhaiter un autre rapport à la consommation. On veut maîtriser le choix des produits, mais aussi transformer le temps des courses en des temps de citoyenneté, plutôt que de subir le matraquage publicitaire et marketing des enseignes », développe Sabine Curci, membre active de Supercoop, à Bordeaux.

Reste un gros défi, celui de maintenir un niveau d'implication élevé de la part des membres, sur la durée. Ce sont eux, par leur fréquentation du magasin et par leurs achats, qui détermineront ou non le succès de ces supermarchés. À La Louve on accueille et on aide volontiers les initiatives sœurs, mais on les met en garde : « Pour faire réussir ce modèle, il ne faut pas seulement être motivé, il faut être obsédé. » À bon entendeur... ●

ÉMILIE RONSSIN

COMMENT J'AI VISITÉ LA LOUVE EN LOUCEDÉ



- Linéaires est parvenu à visiter La Louve, le modèle de supermarché coopératif et participatif le plus abouti en France.
- Le point de vente est moderne, l'ambiance est sympa, les prix réduits sont au rendez-vous mais l'assortiment est encore trop limité.

Ne rentre pas qui veut à La Louve ! En ce jeudi après-midi du mois de mars, le rideau de fer est tiré sur toute la façade vitrée du local situé au 116 rue des Poissonniers dans le 18^e arrondissement de Paris. Une affiche rappelle pourtant les horaires d'ouverture : de 9 heures à 21 heures du mardi au samedi et de 8 h 30 à 12 h 30 le dimanche. C'est en fait, à l'angle de la rue, par une porte de garage faisant office d'accès provisoire, que l'on assiste au va-et-vient des coopérateurs. Certains repartent avec leur cabas de courses, d'autres viennent de terminer leurs trois heures de service bénévole, ou s'octroient une simple pause cigarette.

J'engage la conversation avec l'un d'entre

eux qui m'explique que, même si le point de vente est ouvert depuis novembre 2016, il est encore en phase test, pour une durée indéterminée. Durant cette période, l'accès se fait par l'arrière du magasin. Il est réservé uniquement aux membres ayant déjà assisté à une réunion d'accueil et souscrit à un minimum de 10 parts sociales pour un montant de 100 euros (ou une part sociale de 10 €, réservée aux bénéficiaires de minima sociaux). Ils étaient 3 000 coopérateurs à l'ouverture, ils sont désormais 4 500. Un succès qui contraint les coordinateurs du projet à « limiter la communication pour ne pas générer de trop nombreuses demandes ». Le délai d'attente pour rejoindre la coopé-

La Louve, premier supermarché coopératif et collaboratif de France a ouvert ses portes fin novembre 2016 dans le 18^e arrondissement de Paris. L'aboutissement d'un projet lancé en 2010 par deux Américains, Tom Boothe et Brian Horiban.

rative est aujourd'hui de six semaines. Mon nouvel ami coopérateur s'apprête à faire ses courses et, sans plus de formalisme, m'invite à l'accompagner pour découvrir le magasin.

SEUL 30 % DE L'ASSORTIMENT DISPONIBLE

La première impression n'a rien à envier à un supermarché des beaux quartiers. L'ambiance est industrielle avec un local brut de béton, sans décoration mais le mobilier est flambant neuf. Un sol en ciment lissé, de nombreuses armoires réfrigérées avec éclairage intérieur, des étagères fils noires, cinq mètres linéaires de meuble vrac, etc. Le local de 1450 m² s'étend sur trois niveaux. Le rez-de-chaussée comprend l'accueil, les caisses mais aussi l'intégralité des meubles froids (F & L, surgelés, traiteur, viande et crèmerie). En mezzanine, a été disposé un large assortiment de vins et bières. C'est aussi sur ce palier que se trouve le bureau des coopérateurs salariés de La Louve. Le sous-sol, accessible par escalier ou par ascenseur, est consacré pour les deux tiers aux réserves et chambres froides. Il concentre également l'essentiel de l'offre épicerie : pâtes, conserves, meuble vrac mais aussi babyfood, hygiène, entretien ou encore papeterie. Reste que les gondoles sont relativement vides. C'est encore plus frappant pour les rayons frais. L'offre est très courte en viande, poisson, charcuterie et l'assortiment fruits et légumes est très resserré aussi, pas plus d'une quinzaine de codes. À date, seul 30 % de l'assortiment théorique global est disponible. « Nous sommes encore en rodage mais les rayons devraient s'étoffer dans les

semaines à venir », me précise le coopérateur qui m'accompagne. À terme, le magasin devrait proposer entre 3 000 et 4 000 références. Principalement des produits bio, artisanaux, haut de gamme, gourmets mais aussi un peu de conventionnel.

PARI TENU SUR LE PRIX

Qu'en est-il des prix ? La Louve qui s'approvisionne directement auprès de grossistes (Coop Ile-de-France ou Bio Loire Océan) et applique une marge fixe de 20 % sur chaque référence promet « des produits de qualité à des prix réduits ». Sur ce point, les quelques relevés réalisés par Linéaires durant la visite lui donnent raison. Le poireau bio est affiché au prix de 4,42 € le kilo quand, la même semaine, FranceAgriMer indique une cotation GMS à 6,53 €/kg. Mieux, la tablette de 70 g de chocolat Grand Lait 45 % à marque Maison Cluizel est vendue 2,65 € à La Louve contre 3,75 € chez Monoprix et même 3,95 € sur la boutique en ligne du fabricant. Moins spectaculaire, le jambon bio Prosciutto di Parma DOP (quatre tranches) de Citterio est proposé à 5,73 € contre 5,75 € chez Monoprix. Des prix certes attractifs pour les consommateurs qui avaient l'habitude de s'approvisionner dans les réseaux spécialisés bio ou chez Monoprix mais encore loin d'être à la portée de tous les paniers. Pour preuve, la seule référence de jambon cuit disponible est un jambon supérieur bio origine France vendu 6,83 € les quatre tranches soit près de 38 € euros du kilo !

Il est 17 h 15 et la file d'attente en caisse commence à s'allonger, les caissières bénévoles sont surchargées. C'est le président et membre fondateur de La Louve, Tom Boothe, qui vient en personne donner un coup de main aux bénévoles. L'ambiance est à la franche camaraderie et à l'entraide. C'est d'ailleurs le coopérateur client qui apprend à la caissière du jour le fonctionnement du terminal de paiement... ●

ÉMILIE RONSIN



À l'entrée, passage obligatoire par le stand « badges » où l'on vérifie que le coopérateur est bien à jour dans ses heures de travail bénévole et peut ainsi avoir accès au magasin. En arrière-plan, des bénévoles s'occupent de la caisse.



L'intégralité des références qui composent l'assortiment du magasin est choisie par les coopérateurs salariés de La Louve (ils sont six). Des ajustements seront faits en fonction des statistiques de ventes durant la phase test.



Les rayons frais comme la boucherie-volaille sont encore majoritairement vides car plus complexes à gérer. La Louve interpelle ses coopérateurs sur les produits à DLC courte « on ne gaspille pas à La Louve » sans pour autant octroyer de remise sur le prix.



L'offre de fruits et légumes est encore restreinte et conditionnée aux approvisionnements des maraîchers partenaires. Un bénévole est préposé à la pesée des produits au sein du rayon.

LA LOUVE ET SES PETITS

Une vingtaine de projets de supermarchés participatifs tentent de suivre le modèle de La Louve. Ils sont plus de 15 000 en France à avoir fait le choix d'adhérer à ces coopératives participatives de consommateurs. La Louve apporte son soutien et fait bénéficier de son expérience à toutes les initiatives, mais celles-ci doivent être portées localement.

ÉMILIE RONSIN



LINÉAIRES n° 334 avril 2017

Geneviève Sevrin, présidente de la SAS Superquinquin, premier supermarché coopératif de Lille.

« Nous référencerons **DES PRODUITS QUALITATIFS**, mais pas que du bio, ce serait la meilleure façon de rester entre bobos. »

Qu'est-ce qui a motivé l'ouverture de votre supermarché participatif ?

Nous avons d'abord constitué en avril 2015 l'Association des amis de Superquinquin avec comme objectif de réfléchir à une nouvelle façon d'aborder la consommation. Dans le même état d'esprit que les AMAP, nous voulions donner du sens à l'acte de consommer et aller à l'encontre des lois économiques du profit. Pour concrétiser cette vision collective en un projet économique, nous avons donc constitué en juillet 2016, une société coopérative par actions simplifiée. Depuis, nous travaillons sur l'ouverture d'un supermarché qui puisse offrir une alternative crédible à la grande distribution. D'abord une épicerie école de 300 m² à partir d'avril 2017 puis un supermarché de 1 000 m² à horizon 2020.

Proposez-vous des produits frais dès l'ouverture ?

Nous allons enrichir notre assortiment progressivement. Durant la période de rodage, qui va durer environ trois mois, les coopérateurs auront principalement accès à des produits d'épicerie et maraîchers. Les produits frais comme la viande, le poisson ou l'ultra frais sont plus complexes à gérer. De par notre niveau de marge fixe (17 %), nous ne pouvons pas nous permettre de supporter beaucoup de casse. Mais à terme, il sera indispensable de proposer la gamme la plus complète de façon à ce qu'un coopérateur puisse raisonnablement faire toutes ses courses chez Superquinquin. Nous avons acheté cinq mètres linéaires d'armoires frigo. Reste à les remplir.

Uniquement du bio ?

Moi à titre personnel, je fais le choix du bio, mais je n'ai aucune envie de l'imposer à l'ensemble des



Geneviève Sevrin, présidente et Nicolas Philippe, directeur général de la SAS Superquinquin.

d'achat pour négocier les prix. C'est pourquoi nous en proposerons, mais ça ne sera pas le cœur de notre offre.

Les postes sont-ils tous couverts par les bénévoles ? Allez-vous embaucher ?

Les bénévoles assurent l'essentiel des tâches. Ils se sont chargés des travaux d'aménagement du local et occuperont des postes de caissier ou d'employés libre-service au démarrage de l'activité. Sinon, nous avons embauché deux salariés en début d'année pour coordonner les plannings et piloter les achats. L'équipe de salariés, même si elle est très restreinte, est indispensable dans un modèle comme le nôtre. Il est nécessaire d'avoir des gens qui s'investissent plus que d'autres et qui soient légitimes pour trancher certaines décisions, de par leur connaissance plus pointue des produits et du fonctionnement du magasin.

Avez-vous bénéficié de l'aide de La Louve ?

Il y a une véritable entraide entre les coops. La Louve, mais aussi Bees coop (le supermarché participatif de Bruxelles) nous assistent beaucoup. Nous avons ainsi pu nous inspirer de leurs statuts, de leur business plan, etc. Nous avons également bénéficié des conseils des avocats de La Louve et le système de caisses que nous venons de mettre en place dans l'épicerie est celui de Bees coop. En retour, Superquinquin donne le maximum d'informations à ceux qui souhaitent tenter l'aventure. C'est dans notre intérêt que le mouvement continue de prendre de l'ampleur. ●

PROPOS RECUEILLIS PAR ÉMILIE RONSIN

coopérateurs. Nous voulons offrir les produits les plus responsables et les plus qualitatifs possible à prix accessibles, mais pas nécessairement bio. Ce serait la meilleure façon de rester entre bobos. Or, nous voulons valoriser la mixité sociale en nous ouvrant au maximum aux résidents du quartier. Pour cela, il ne faut pas s'interdire de proposer du conventionnel.

À quel prix ?

Nous serons particulièrement compétitifs sur les circuits courts et moins chers que la grande distribution sur les produits bio. Mais nous risquons d'être moins bien placés sur le conventionnel car nous ne bénéficions pas de la force d'une centrale

PAS SI SIMPLE DE MONTER SA COOP!

● **Les parts sociales des membres constituent l'essentiel de l'apport des coopératives participatives mais ne suffisent pas à financer l'intégralité du projet.**

● **Les coopératives s'adressent bien souvent à des investisseurs et bailleurs privés même si les collectivités territoriales soutiennent les initiatives.**

Son lancement a longtemps été annoncé puis reporté. Finalement, il aura fallu six années à La Louve pour voir le jour. Le temps pour les membres de valider les différentes étapes qui conditionnent l'ouverture d'un supermarché participatif : recrutement des membres, recherche d'un local, financement de l'équipement (armoires frigo, caisses enregistreuses, balances professionnelles, camionnette de livraison, etc.) mais aussi constitution d'une trésorerie pour permettre d'acheter le stock. Si La Louve est parvenue à surmonter ces écueils, la plupart des projets coopératifs en sont encore au stade de la rédaction du business plan.

COMMENT TROUVER LE LOCAL ?

Au titre de leur engagement en faveur de l'économie sociale et solidaire, les coopératives participatives peuvent bénéficier de l'aide des mairies. C'est le cas de La Louve qui a reçu le soutien d'Anne Hidalgo et de la mairie du 18^e arrondissement. C'est d'ailleurs Paris Habitat, le bailleur social de la ville de Paris, qui a proposé à La Louve un bail de neuf ans pour un local commercial situé dans un immeuble d'habitat social tout neuf. Dans la région bordelaise, le local associatif des amis de Supercoop (70 m²) est prêté par la mairie de Bègles. Mais la coopérative cherche à implanter son supermarché dans le quartier prisé de la gare Saint-Jean où elle se confronte au marché immobilier privé. Pas toujours simple de dénicher un loyer à bas prix et d'apporter les garanties suffisantes auprès de bailleurs un brin méfiants.

QUI SONT LES INVESTISSEURS ?

Le démarrage du projet est généralement conditionné à l'adhésion d'un minimum de coopérateurs. Ce sont eux qui souscrivent aux parts sociales et constitueront le capital social de la SAS. Le business plan de La Louve prévoit que l'apport des coopérateurs représente 13 % du financement global du projet. Chez Superquinquin, on se fixe un seuil de 500 membres pour le démarrage de l'épicerie-école. Autant de souscripteurs qui financent près du quart de l'investissement nécessaire à l'ouverture du supermarché prototype (46 000 € en parts sociales pour 200 000 € d'investissement). Ces fonds internes sont donc loin d'être suffisants pour financer le projet. Les coopératives participatives diversifient les ressources. Elles misent notamment sur des dons par l'intermédiaire de campagnes de crowdfunding. La Louve a récolté 42 000 € en 45 jours par ce biais. Chez Scopéli, en banlieue nantaise, c'est près de 28 000 € qui ont été récoltés. Des sommes non négligeables qui permettent de couvrir les frais lors du démarrage de l'activité. Les coopératives peuvent également prétendre à l'obtention de subventions de la part des collectivités territoriales. C'est le cas de Supercoop qui a, entre autres, perçu une aide de 16 000 € de la part de l'Union européenne au titre du Fond social européen (FSE). Superquinquin a, de son côté, bénéficié de 34 000 € d'allocations de la part de la ville de Lille et de la région Hauts-de-France. Le reste de la somme est emprunté auprès des banques. Cer-



Chez Supercoop, comme dans la plupart des coopératives, chaque adhérent doit s'acquitter d'un chèque de 100 € (l'équivalent de 10 parts sociales). Au bout de cinq années, il pourra récupérer ses parts s'il souhaite quitter la coopérative.

tains investisseurs solidaires acceptent aussi de prendre part au projet. C'est le cas des Cigales ou de la banque Autonomie et Solidarité qui ont accepté de prêter 35 000 € à la coopérative Superquinquin. « C'est une grande chance, car en plus de pratiquer des taux très bas, ils nous accordent cinq ans de délai avant de commencer à rembourser. Cela nous permet de développer l'activité sans être asphyxiés dès le départ par les emprunts », reconnaît Geneviève Sevrin, la présidente.

QUEL EST LE CHIFFRE D'AFFAIRES VISÉ ?

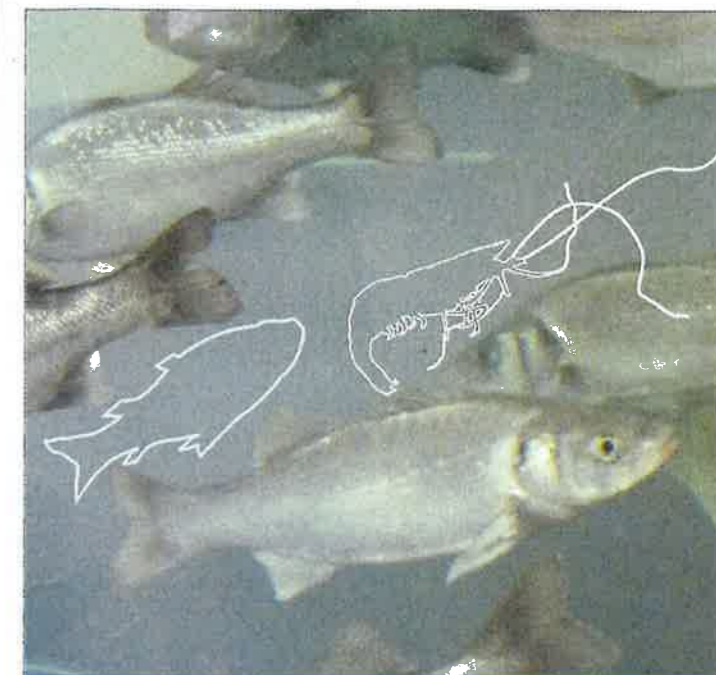
Si elles copient toutes le modèle de Park Slope, les coopératives françaises savent que le chemin sera long avant de rêver d'un chiffre d'affaires comparable (33 millions d'euros de CA et 465 000 euros de

bénéfices). La Louve, comme ses acolytes, compte sur les membres « captifs » pour faire vivre la communauté : son business plan mise sur un chiffre d'affaires de 4,5 millions d'euros dès la première année. Pour l'atteindre, elle projette une moyenne de 2 000 clients différents par mois (seulement), chacun dépensant 180 euros de courses (tout de même). Chez Bees coop, la coopérative participative bruxelloise, on table sur un chiffre d'affaires de 830 000 € pour 1 200 membres en 2017, alors que le supermarché est encore au stade de « labo market ». D'ici 2020, la coopérative espère compter 2 300 adhérents et réaliser un chiffre d'affaires de 2,8 millions d'euros. Les Bruxellois sont partis sur la base de 70 % des membres réalisant une moyenne de 36 € de panier hebdomadaire.

UNE MARGE DE 20 %

La norme du secteur veut que les coops appliquent une marge commerciale unique et faible : 20 % chez La Louve et chez Bees coop, 17 % chez Superquinquin. Un ratio calculé pour permettre à la coopérative de rémunérer les salariés, payer son loyer et ses frais de fonctionnement, notamment les emprunts. Reste une problématique de taille qui ne pourra être éclaircie qu'après plusieurs mois de fonctionnement du magasin. Si tous les membres intégrant la coopérative partagent les valeurs du projet, ils sont loin de tous habiter à proximité du magasin. À La Louve, seuls 42 % des coopérateurs habitent le 18^e arrondissement. Même constat chez Superquinquin où seulement un quart des membres habitent le quartier modeste de Lille Fives (lieu d'implantation du magasin). Difficile dans ces conditions, de prédire la fréquentation et le chiffre d'affaires généré par les membres. ●

ÉMILIE RONSIN



Espace France Seafood Expo Global 2017 - Hall 7

Parc des Expositions de Bruxelles / du 25 au 27 avril 2017

Stands 1501/1601/1701/1801/1911

FranceAgriMer

France
BON APPÉTIT