

CONSOMMATION

# Le retour des Coop

*La Louve, c'est un supermarché pas comme les autres où les clients choisissent ensemble les produits, quitte à se quereller. Un nouveau modèle de distribution qui se développe en France et dans de grandes villes européennes*

Par MORGANE BERTRAND Photos YANNICK STEPHANT

Fallait-il vendre, ou pas, du Nutella ? La dispute a été épique entre les clients du supermarché La Louve, dans le 18<sup>e</sup> arrondissement de Paris. Puristes et libéraux se sont affrontés sur un groupe Facebook, et parfois même au milieu des gondoles. L'affaire s'est soldée par l'arrivée en magasin d'une pâte à tartiner alternative, bio et sans huile de palme. On peut trouver bizarre que des chalands s'interpellent ainsi. Mais, à La Louve, c'est tout à fait normal, puisque ce supermarché ouvert en 2016 est une coopérative de consommateurs. Pour pouvoir y faire ses courses, il faut présenter une « carte de coopérateur » et acheter un droit d'entrée de 100 euros – 10 euros seulement pour les plus modestes – qui fait de chaque porteur l'un des heureux propriétaires du lieu, tenu en conséquence de participer au bon fonctionnement de la maison.

## «80% DE PRODUITS BIO OU LOCAUX»

Ils sont ainsi près de 10 000 « coopérateurs », dont 4 700 « actifs ». Ces derniers se livrent à un drôle de « en même temps » : être à la fois client et marchand. Façon Amap ou Poiscaille, ces formes d'achat direct chez le producteur, mais à l'échelle d'un supermarché. Rosalyne, petite rousse de 65 ans, y remplit son chariot tous les samedis. Elle commence par « la mezzanine » pour attraper quelques bières « qu'on ne trouve pas ailleurs », passe au sous-sol pour les amandes décortiquées en vrac – « à 13,44 euros le kilo, c'est imbattable » – puis

récupère au rez-de-chaussée jambon, fromages et légumes bio, rayons les plus réputés du magasin. Parvenue aux caisses, l'ex-consultante retraitée n'a quasiment jamais été confrontée aux grandes marques, ni à aucun salarié, mais seulement à des dizaines de bénévoles.

Que trouve-t-on à La Louve ? Tout, à l'exception du hard discount : 5 500 références qui ont en commun d'avoir été inscrites un jour par un coopérateur dans le « classeur de suggestions » présenté à l'entrée. Cet assortiment, c'est à la fois la fierté et l'enfer de la coopérative. « De 80 à 85% de nos produits sont soit bio, soit locaux, soit artisanaux, soit une combinaison des trois », détaille Tom Boothe, 50 ans, l'un des cofondateurs. « En plein été, on est à 98% français pour les fruits et légumes qu'on peut acheter en France. Mais il n'y a pas assez de production nationale, alors on en fait venir d'Espagne et d'Italie. » Ce qui ne plaît pas à tout le monde. Le choix de tous les produits, mais aussi l'ouverture le dimanche, la possibilité de « rattacher » son conjoint... sont sujets à arbitrages collectifs – une personne égale une voix – donnant parfois lieu à de mémorables querelles. « Nous faisons notre possible pour mieux manger, tout en restant grand public. Si on commence à ressembler à une église, notre projet est mort. On a du succès parce qu'on n'est pas moralisateurs. » C'est ainsi que La Louve a choisi de passer par des grossistes, quitte à se faire livrer à Rungis plutôt que par des petits producteurs en circuit court. Une nécessité pour réduire

l'empreinte carbone et les prix, « de 20 à 25% inférieurs à ceux d'un magasin bio, en moyenne », assure le fondateur.

## CONSOMMER AUTREMENT

Société par actions simplifiées (SAS), La Louve n'est pas anticapitaliste : bénéficiaire depuis 2018, elle affiche un chiffre d'affaires de 7,2 millions d'euros en 2019. « Ce type de structure est plutôt a-capitaliste », dit Jean-François Draperi, spécialiste des organisations coopératives au Centre national des Arts et Métiers : « On s'inscrit dans l'économie de marché, sans rémunérer le capital placé par les actionnaires. Tout est réinvesti dans l'entreprise collective. » Le magasin parisien est la réplique d'un supermarché coopératif new-yorkais créé en 1973, Park Slope Food Coop (PSFC). Son concept a été importé à Paris par deux Américains : Tom Boothe et Brian Horihan. « Passeurs » qui ont aggloméré autour d'eux une faune de Parisiens désireux de consommer autrement. « J'étais attirée par l'idée d'avoir accès à des produits de qualité à moindre coût, et de court-circuiter les circuits normaux de distribution », raconte Marie, architecte free-lance.

Le succès de ce modèle lui permet d'essaimer désormais en France et en Europe : Bruxelles a sa Bees Coop, Montpellier, sa Cagette et Lille, son Superquinquin. Et bientôt Aix-en-Provence, Bordeaux, Barcelone, Vienne... De plus en plus de grandes villes ont un projet sur le feu. Inattendu retour en grâce pour un système qui connut un incroyable essor avant et après la





▲ A la fois clients et marchands, une dizaine de coopérateurs gèrent les caisses.



▲ Au centre, une salariée de La Louve partage son travail avec des bénévoles...

▼ ...qui assurent à tour de rôle un service de trois heures par mois.



Seconde Guerre mondiale – la France comptait 8 000 magasins coopératifs et 2,6 millions de sociétaires en 1953 – avant d’être terrassé par la puissance logistique de la grande distribution des années 1980. Certaines coopératives ont pu résister en France, comme Les Nouveaux Robinson (20 magasins bio en Ile-de-France) ou la Coop Atlantique, héritière de la puissante enseigne Coop (177 magasins, dont un tiers sous l’enseigne « U » dans l’ouest de la France). Mais là-bas, les coopérateurs ne mettent pas la main à la pâte.

**“COOPÉRER”, C’EST PARTICIPER**

« Ce qui fait la force du concept américain Park Slope, c’est qu’ils ont voulu aller plus loin qu’un simple partage de capital. Pour tenir sur la durée, il faut véritablement coopérer », veut croire Tom Boothe. « Coopérer », en l’occurrence, c’est donc participer. A côté d’une dizaine de salariés (en CDI, payés à égalité 2 300 euros net par mois), les coopérateurs actifs donnent dans ces magasins un « service » toutes les quatre semaines (trois heures entre 6 heures et 22 heures) pour réceptionner les livraisons, mettre en rayon, tenir les caisses, peser les légumes, etc. Pour faire passer sous forme de bénévolat ce qui ressemble à un travail effectif sans se faire accuser de concurrence déloyale, les juristes ont adopté le statut juridique des crèches parentales.

Comme souvent dans ce type d’entreprise, l’engagement ne dure qu’un temps. Robin, 43 ans, DRH à Paris, s’est ainsi donné à fond pendant des mois, avant de décrocher : « J’avais quarante minutes de transport aller-retour, cela ne correspondait pas à ma façon de faire les courses. » Ne tiennent sur la durée que ceux qui peuvent y faire tous leurs achats. Et pour le moment, reconnaissons-le, La Louve montre peu de « diversité » : le bénévole standard est surtout bobo, étudiant ou retraité. « Nous avons tout de même 10% de bénéficiaires des minima sociaux, quelques membres demandent des produits halals... La mixité commence », nuance Tom Boothe. « On veut devenir la bibliothèque publique de nourriture du quartier. Mais à Park Slope, ça leur a pris plus de cinq ans. » La Louve vient, elle, de fêter ses 4 ans et ses louveteaux dans le reste de la France font leurs premiers pas. ■