

# V. SCOP TI : de premiers succès dans la bataille pour le crédit

Olivier Leberquier

*Toute entreprise petite ou moyenne qui réussit doit se confronter au système bancaire pour obtenir les avances de fonds nécessaires à son démarrage et à son développement. La SCOP TI créée à l'issue de la lutte emblématique des Fralib ne fait pas exception. Qu'elle ait réussi, malgré tous les obstacles et les préventions, à être prise au sérieux par ses interlocuteurs bancaires en fait, là encore, un exemple à méditer. Combativité, détermination, sérieux dans la gestion, et un vaste mouvement de solidarité : la lutte paye, le crédit n'est pas une Bastille imprenable !*

Au terme d'un combat syndical et juridique victorieux de 1336 jours et grâce à une solidarité populaire décisive face à la multinationale Unilever qui voulait fermer notre site de Gémenos pour transférer les productions en Pologne, 76 salariés déterminés ont finalement arraché des moyens pour se réapproprier leur outil de production et maintenir leur emploi sur le territoire national. Néanmoins, Unilever a refusé d'accorder des volumes de sous-traitance pour accompagner le démarrage de la SCOP sur une période de temps déterminée (alors que le groupe l'avait déjà fait par ailleurs), et a aussi refusé de céder la marque Éléphant qui n'entraîne pourtant pas dans la stratégie de marque internationale de la multinationale anglo-néerlandaise. En agissant ainsi, Unilever a mis un sérieux obstacle au développement de notre coopérative.

Chaque jour, nous éprouvons la fierté, d'une part d'avoir mené et gagné ce combat devenu emblématique face à une multinationale et, d'autre part, d'avoir évité le recours à Pôle emploi depuis le début de l'année 2011 !

Aujourd'hui, plus de dix ans après, nous sommes toujours là, « debout », et notre usine fonctionne, grâce à notre engagement et à notre savoir-faire.

Nous avons réussi la création, puis le démarrage de notre coopérative ouvrière en 2014. Après une phase de remise en route qui n'a pas été facilitée par Unilever, elle a véritablement commencé son activité en mai 2015 avec le lancement de la marque de thés et d'infusions 1336.

Notre coopérative ouvrière a alors commencé une nouvelle phase de son activité, celle de faire exister ses marques au sein de la grande distribution française où la concurrence est féroce. Nombreux sont ceux qui nous ont encouragés par leurs achats « solidaires » ou lors d'animations commerciales exprimant un soutien chaleureux pour les valeurs et la qualité que nous défendons. Pourtant, beaucoup nous font savoir qu'ils ne trouvent pas facilement nos produits dans leur magasin habituel. En effet, le « référence-

ment » dans les grandes enseignes de la distribution française est un sésame qu'il est difficile d'ouvrir quand on est une petite coopérative. Nous voulons gagner cette partie pour la pérennisation de notre coopérative et nos emplois.

## La bataille pour accéder aux rayonnages de la grande distribution

Si la lutte des Fralib est connue nationalement, notre marque a encore un déficit de notoriété. Or, nous n'avons ni la force de vente ni les moyens financiers de nos concurrents, dont le groupe Unilever, pour obtenir les supports publicitaires dont ils disposent et bénéficier d'une entrée dans toutes les grandes surfaces. Il est évident que la marque Éléphant, créée à Marseille en 1896, que nous revendiquons durant le conflit, nous aurait permis de nous installer rapidement et de couvrir toute la France. Devant ces réalités, nous ne baissons pas les bras. Nous agissons, avec nos moyens, pour nous faire progressivement une place parmi les acteurs économiques du marché dans ce contexte de forte concurrence et en faisant progresser notre implantation commerciale au-delà des Bouches-du-Rhône. Notre projet est très riche du point de vue de son histoire, mais aussi des propositions que nous faisons en direction des consommateurs, que nous considérons volontiers comme des « consomm-acteurs ».

En ce qui concerne les banques, elles ne nous ont pas beaucoup soutenus depuis la création de SCOP TI en 2014. Lorsque nous sortons du conflit, l'accord prévoit le versement par Unilever de 2 850 000 euros pour le démarrage de notre coopérative, en plus d'avoir récupéré à l'euro symbolique l'outil industriel qui avait à cette époque une valeur vénale de 7 millions d'euros.

L'Union régionale des SCOP nous indique que la banque qui soutient les coopératives en France est le Crédit Coopératif,

et qu'il serait bien de travailler avec cette banque. Cela nous est apparu logique et c'est ce que nous avons fait. Nous avons pris donc rendez-vous pour ouvrir un compte en août 2014 pour verser ce que nous avions obtenu d'Unilever et l'apport en capital des coopérateurs de SCOP TI, soient 3 millions d'euros. Cela a pris quelques minutes, on ne nous a pas demandé de présenter (un business plan, des garanties, etc.).

Par contre, lorsqu'en fin 2016, nous avons décidé de demander un crédit pour répondre à une mise à niveau de nos équipements, pour pouvoir travailler avec la grande distribution, cela a été beaucoup plus compliqué. Alors que nos comptes étaient en positif, les premiers résultats financiers étaient en négatif, ce qui était prévu vu notre modèle économique.

En effet, nous avons décidé que tous les salariés de Fralib qui avaient lutté pouvaient être coopérateurs et postuler à un poste chez SCOP TI. Nous sommes donc 58 coopérateurs dont 46 avec la volonté d'être salarié. Ce qui fait que nous avons rentré les premiers salariés à SCOP TI alors qu'aucune activité lucrative n'avait commencé.

La BPI nous garantissait un crédit de 400 000 euros à 70 % : le risque pour la banque était donc nul vu nos comptes en positif et la valeur de notre équipement industriel. Malgré cela, il a fallu se battre plus d'un an pour obtenir ce crédit et donc puiser dans nos fonds propres et encore, ils ont accepté uniquement si deux banques participaient. Le Crédit Mutuel, avec qui les rapports ont été un peu meilleurs, a accepté. Cette lenteur à nous accompagner nous a contraints à mettre en place l'affacturage qui a un coût financier lourd pour une petite coopérative comme la nôtre. Nous allons terminer le remboursement de ces deux crédits en fin de cette année sans jamais avoir loupé une échéance...

Actuellement nous sommes en discussion pour le financement de nos investissements à venir, nous sentons que les banques nous prennent maintenant un peu plus au sérieux, il faut dire que l'exercice 2020 a été notre premier exercice en positif de 197 000 euros...

**« Nous sentons que les banques nous prennent maintenant un peu plus au sérieux. »**

L'histoire de SCOPTI est une histoire singulière à travers laquelle nombreux sont ceux qui peuvent se reconnaître. Elle parle d'abord au salarié, dont le travail et la reconnaissance du savoir-faire sont menacés par la désindustrialisation, au citoyen qui peut y voir le triomphe d'une justice économique, politique et sociale à travers le maintien de l'emploi et la construction d'un modèle économique coopératif, puis au consommateur à qui nous proposons du naturel et de la qualité!... Nous avons encore amélioré la qualité de nos produits allant au-delà de ce qui est communément proposé sur le marché. Nos produits 1336 et SCOP-TI sont de qualité, que l'on veut rendre accessibles au plus grand nombre. La marque « 1336 » porte en exergue, avec fierté, le slogan : « Éveille les consciences, réveille les papilles »...

Chacun peut donc se retrouver dans l'aventure que nous avons engagée. Le nombre de messages que nous recevons chaque jour montre les attentes et la sympathie. SCOPTI est devenu un véritable phénomène social. La coopérative est souvent citée en exemple. Nous savons fort bien également que nous touchons toutes les catégories des consommateurs, quels que soient leurs moyens.

Nous vivons dans les contradictions d'une crise profonde du système économique. Nous ressentons néanmoins des changements, des réajustements qui s'effectuent de la part de la grande distribution en direction de leurs clients et des

petits fournisseurs, notamment dans le cadre d'alliances locales. C'est un début mais c'est encore insuffisant car le développement de nos productions rencontre toujours de sérieux obstacles dans la distribution classique.

À l'inverse, nous bénéficions d'un soutien et d'un développement puissant dans ce qui constitue une « solidarité agissante », venue d'organisations et d'associations de personnes qui nous soutiennent à différents titres et qui souhaitent nous voir réussir. Cet élan militant, populaire, solidaire, insufflé à tous les coopérateurs de l'audace, du courage, de l'abnégation, la volonté de toujours faire mieux et des propositions nouvelles :

Dans le développement d'un réseau de proximité intégré à la création de circuits courts, nous encourageons le partenariat avec des collectivités diverses, associations locales, AMAP, comités d'entreprise, organisations syndicales, maires, réseaux solidaires et politiques, et nous travaillons aujourd'hui directement avec plus d'un millier d'organisations qui constituent un relais immédiat avec les consommateurs. C'est un formidable relais pour faire connaître la qualité de nos produits et nous implanter dans toute la France. Ce maillage tissé à partir de collectifs de proximité répond à notre volonté d'intégrer ou de constituer de nouvelles formes d'échange et de nouveaux réseaux de distribution de nos produits. C'est pour nous primordial et incontournable pour la pérennisation de notre activité et la préservation de toutes nos valeurs !

Notre marque bio est lancée. Elle offre une gamme de thés et infusions Bio dédiée aux réseaux spécialisés. Les références 1336 Bio sont conditionnées à partir de matières premières raffinées et sélectionnées avec soin qui ont l'immense avantage de provenir exclusivement du terroir national. Nous agissons ainsi pour la revitalisation et la réorganisation d'une filière courte tout en promouvant la qualité gustative de nos plantes aromatiques régionales et nationales. Nous contribuons à la relance de notre agriculture nationale ainsi qu'au développement d'une agriculture biologique de qualité française labellisée. À la clé, la création d'emplois.

Aujourd'hui, notre coopérative s'inscrit dans une phase de conquête. Elle veut faire progresser les ventes de ses marques propres, qui sont génératrices de plus de valeur, et développer ses productions à « marques distributeurs » qui assurent des volumes importants. La réussite de notre entreprise passe par cet équilibre stratégique.

Tout le monde peut contribuer à la réussite de SCOP TI par ses achats dans les points de vente classiques et maintenant aussi *via* internet et notre site de vente en ligne : <<https://www.1336.fr/>>.

Toutes nos salutations coopératives.

