

🏠 (<http://objectifnews.latribune.fr>) > ÉCONOMIE (<http://objectifnews.latribune.fr/economie.html>)
> Emploi (<http://objectifnews.latribune.fr/emploi.html>)

Des Toulousains montent un supermarché coopératif

Par **Florine Galéron** | 11/02/2015, 19:00 | 681 mots



Une dizaine de personnes ont participé à la première réunion du projet (Crédits : Florine Galéron)

Dans ce magasin d'un nouveau genre imaginé par un petit groupe de Toulousains, les clients seront tous membres de la coopérative et ils travailleront 3 heures par mois à la caisse ou à la mise en rayon des produits, des denrées en priorité bio et locales. En échange, les prix sont 20 à 30 % moins élevés qu'ailleurs. À New York, le premier supermarché collaboratif crée il y a 40 ans accueille plus de 16 000 membres.

À Toulouse, le projet de supermarché coopératif commence tout juste à voir le jour. Un groupe Facebook (<https://www.facebook.com/groups/LeLouveteau/>) a été lancé à la mi-janvier et, lundi 9 février, une dizaine de personnes s'est rassemblée dans un espace de coworking pour une première réunion. Objectif : ouvrir d'ici à un an et demi un supermarché sous la forme d'une coopérative.

"Les clients deviennent des coopérateurs qui ont un pouvoir sur les décisions de l'enseigne. Ils paient un droit d'entrée et doivent travailler dans le magasin trois heures par mois à la caisse, à la mise en rayon ou à l'approvisionnement, explique Céline Laporte, entrepreneure et parmi les pionnières du projet à Toulouse. En économisant sur la masse salariale, le supermarché peut proposer des prix 20 % à 30 % moins élevés que dans les enseignes traditionnelles."

Les produits seront en priorité bio et locaux pour proposer des denrées de qualité aux membres du supermarché.

Un concept gagnant à New York

Ce projet un peu fou vient tout droit des États-Unis. À New York, la Park Slope Food Coop existe depuis 40 ans. Ce supermarché dispose de 16 000 coopérateurs et il est ouvert 365 jours par an de 8h à 22h. La Park Slope Food Coop pratique seulement 20 % de marge contre 50 % habituellement dans les supermarchés. Malgré ce manque à gagner, l'enseigne enregistre plus de 50 millions de chiffre d'affaires chaque année.

Cette success-story a de quoi faire rêver. À Paris, fin 2013, une campagne de financement participatif est initiée pour lancer "La Louve", le premier supermarché coopératif de France. Via le site Kisskissbank, les amis de la Louve récolte plus de 120 000 euros. Un groupement d'achats a été créé pour lancer les premières ventes de fruits et légumes. Soutenu par la mairie du 18^e arrondissement, le magasin devrait ouvrir d'ici à fin 2015 dans le quartier de la Goutte d'or. Depuis la Louve a fait des petits. Après Paris, les villes de Lyon, Nantes, Lille, Sète cherchent elles aussi à monter leur propre supermarché. Dans le Sud-Ouest, l'agglomération bordelaise prévoit d'ouvrir un local de 1 000 m² d'ici le printemps 2016, et le Pays Basque monte son propre projet.

Trouver un local à Toulouse

À Toulouse, tout reste à faire. "Notre priorité est de créer des groupes de travail, de mettre au point une charte éthique et surtout de trouver un local", observe Céline Laporte. À titre de comparaison, La Louve parisienne occupera un local de 1 450 m² pour un budget estimé à 1,45 million d'euros.

"Nous voulons trouver un lieu dans le centre-ville de Toulouse pour que les gens puissent y venir en transports en commun mais en même temps facilement accessible en voiture pour ceux qui ne vivent pas intra-muros", poursuit Céline.

Une soixantaine de personnes a intégré pour le moment le groupe Facebook. Parmi les personnes présentes à la première réunion de travail, il y a un informaticien, un ancien contrôleur de gestion, d'autres sont dans la communication. Solène, 26 ans, travaille de son côté dans un bureau d'études sur la diminution des déchets. Elle est déjà engagée dans le projet Disco soupe (qui propose des plats à bases de légumes invendus).

"Je suis déjà adepte d'autres types de consommation alternative comme les Amaps. Je suis intéressée par le côté coopérative mais aussi une manière de réduire les emballages et de mieux consommer."

Dans ce supermarché-coopérative, n'y aura-t-il que des produits bio et locaux ? Sans doute pas car l'enseigne ne veut pas être un "ghetto bobo" et compte s'ouvrir à un public le plus large possible. Le supermarché devrait proposer non seulement de l'alimentaire mais aussi des produits d'entretien basiques. "Il n'y aura pas de livres ou disques, mais il faudrait qu'il y ait tous les produits dont on a régulièrement besoin pour pouvoir y faire l'ensemble de ses courses. Si on doit aller au Leclerc pour acheter la viande ou une sauce tomate, les coopérateurs vont se désintéresser du magasin", poursuit Céline Laporte. Avant de conclure : "C'est aux Toulousains d'imaginer le supermarché dont ils ont envie !"