

Enterrements et résurgences des coopératives

Le consommateur organisé a d'abord été un coopérateur. Dès les années 1830-1840, en Angleterre et en France par exemple (1). Plus tard, des formules d'approvisionnement coopératif ont été très efficaces pour résister à la pauvreté moyenne. Le mouvement connu souvent en France sous son nom abrégé «Les Coop» restera comme l'institution qui a fait rentrer dans les pratiques de production et de distribution le critère de la qualité : avant d'être liés à l'administration, les laboratoires de contrôle de l'alimentation, des produits ménagers, des appareils électroménagers ont été coopératifs (2).

Que reste-t-il actuellement de cet élan ? Les rangs de la Fédération Française des Coopératives de Consommation (3), très influente il y a quarante ans encore, se sont largement clairsemés. Dix-sept sociétés coopératives de tailles diverses en font partie. Elle continue à être l'une des composantes du «Groupement National de la Coopération». Mais c'est à ses marges, ou certaines fois contre elle, que se sont constitués les deux ensembles coopératifs les plus forts aujourd'hui en France.

En premier lieu, on peut citer le mouvement des collectifs d'approvisionnement en alimentation et autres produits agrobiologiques, qui est assez atomisé. Une partie de ses activités s'organise sous forme associative ; mais une importante minorité des magasins implantés sous l'enseigne «Biocoop» est structurée en coopératives d'adhérents. L'une des cohérences de cette émergence réside dans les contrats noués avec des coopératives de production. Mais ce n'est que ponctuellement que les «coop bio» dépassent une perspective assez individualiste.

Pour sa part, la CAMIF (4) est une structure coopérative multiproduits relativement atypique. Créée vers 1950 par la Mutuelle d'Assurance des Instituteurs de France (5), elle compte aujourd'hui deux millions de sociétaires actifs, appartenant à des métiers beaucoup plus divers. Son sta-

tut de coopérative sans distribution de dividendes demeure intact. Mais sa dynamique coopérative est singulièrement émoussée. Une partie de ses dirigeants tente actuellement de la réactiver, en particulier par les propositions faites aux coopérateurs de financer des actions de solidarité. Rien ne permet de dire à ce jour si ce mode d'animation coopérative contribuera à distinguer vraiment la CAMIF des autres entreprises de vente par correspondance.

Quoique sous des statuts assez différents, il est possible de considérer comme para-coopératives d'autres formes de regroupements en expansion : les associations d'adhérents des Jardins de Cocagne ou de quelques autres organismes d'accompagnement social, les systèmes d'échange local (SEL), les quelques collectifs d'autoconstruction de logements sociaux.

D'une manière générale, le mouvement coopératif de consommation a donc décliné, hormis dans quelques pays (Japon (6), Suisse...). Il a reculé en partie pour des raisons très nobles d'éthique coopérative en refusant par exemple l'étranglement des coopératives laitières que pratiquait la grande distribution, mais il est aussi pris au piège de l'opulence moyenne. Si l'on fonde une coopérative aujourd'hui, ce n'est pas, sauf exception, autour du nécessaire, mais pour un certain mieux-être. Les passions ou les intérêts relationnels sont moins fédérateurs que les intérêts matériels. Dommage, car en période de crise économique en particulier, les formes coopératives d'approvisionnement, de logement, de crédit font cruellement défaut dans les couches les plus pauvres des sociétés européennes. Et ce n'est pas qu'une question d'argent : le sourire des bénévoles des Restos du Cœur ne peut remplacer l'«entre-nous» très promotionnel du vécu coopératif.

Vincent Berthet

(1). Michel Derrion crée à Lyon, en 1835, «Au commerce véridique et social». Voir **Denis Bayon**, «Michel-Marie Derrion, pionnier coopératif», *Economie et Humanisme*, n° 354, octobre 2000.

(2) Les rubriques d'essais comparatifs des publications du mouvement consommateur («Que Choisir ?» en particulier) sont en partie le prolongement de cette démarche-qualité. Mais elles rendent bien compte des évolutions du contexte : il ne s'agit plus de promouvoir comme sûrs et solides des produits de base, mais d'aider dans son choix un "consommateur moyen" devenu riche.

(3) Tour Mattéi, 207 rue de Bercy, 75012 Paris

(4) Coopérative des Adhérents de la Mutuelle des Instituteurs de France.

(5) Afin d'alimenter, par ses marges, le fonds qu'elle avait créé volontairement pour garantir ses assurés «tous risques».

(6) Cf. sur ce sujet les articles parus dans les numéros 349 (1999) et 354 (2000) d'*Economie et Humanisme*.