

1336 - Histoire d'un phénix

October 28, 2016

Cette semaine, Kiyō vous fait découvrir la marque 1336, véritable phénix, qui a su faire face à la délocalisation en proposant un modèle alternatif d'entrepreneuriat.

Pourquoi 1336 ?

Tous les projets ne sont pas de longs fleuves tranquilles.
Les succès naissent parfois dans la douleur.

Pourtant le thé « éléphant » avait tout d'une success-story.

Créée en 1892 par 2 frères, la maison de thé s'agrandit et se développe, avant d'être intégrée en 1977 à Fralib, une filiale d'Unilever.

Produit incontournable dans nos cuisines, le groupe annonce pourtant la fermeture de l'usine en 2010, et la délocalisation en Pologne de la production (et donc des emplois).

Face à cette décision qui a pour conséquence de mettre 182 salariés au chômage, les équipes s'organisent et votent l'occupation de l'usine. Malgré 3 annulations du plan social par la justice, le groupe s'entête et refuse de revenir sur sa décision. S'ensuivent plusieurs mois de grève, de mobilisation, et le boycott des produits Lipton.

Au total, la lutte des salariés durera **1336 jours**.

Face à ce blocage, une solution est alors trouvée... la création d'une Scop.

Unilever cède alors les machines pour un euro et finance la création d'une Scop qui permettra aux salariés de garder leur outil de travail et de s'organiser pour créer leur propre marque de thé.

Le 14 novembre 2012, la coopérative Scop-Ti est finalement créée.
(Société de coopération ouvrière provençale de thés et infusions...)

C'est quoi une Scop ?

Une Scop est un type de structure que nous retrouvons dans l'économie sociale et solidaire. Il s'agit d'une structure, qui produit, vend, et fait des bénéfices comme n'importe quelle entreprise.

Une des différences majeures est que la Scop met l'humain au centre du projet.

Ainsi, il n'existe pas un chef d'entreprise, mais un collectif qui prend les décisions à plusieurs, sous le principe : **une personne = une voix**.

La Scop assure des conditions de travail satisfaisantes pour tous et s'engage à redistribuer les bénéfices dans la recherche, le développement, la soutenabilité économique et sociale du projet.

Chaque membre de Scop-Ti doit par exemple investir 3000 euros dans l'entreprise, ce qui l'implique financièrement dans la gestion, mais également dans la prise de décision stratégique. Le directeur est ensuite élu pour une durée limitée par l'ensemble des membres de la Scop.

Aujourd'hui, 58 coopérateurs participent au projet, dont 42 sont salariés.

La Scop souhaite également prendre en compte les enjeux environnementaux dans la conception des produits, afin de proposer des thés équitables, mais également durables. Ils ont par exemple fait le choix de produire des thés 100% naturels et sans arômes artificiels.

Une nouvelle marque bio a également été développée.

Chaque année, plus de 260 tonnes de thés sont produits pour les marques distributeurs, et environ 30 tonnes pour la marque 1336.

L'entreprise est donc dans une dynamique de croissance, tout en maintenant (et développant) des emplois.

Proposer une autre manière de consommer

Grâce à son succès, Scop-Ti prouve qu'il est possible de gérer une entreprise de manière rentable et équitable.

Mais la réussite de la Scop pose également la question du maintien de l'industrie en France.

En effet, Fralib n'est malheureusement pas la seule usine à être délocalisée dans le but de réduire les coûts. Résultat : la désindustrialisation de la France progresse depuis les années 70.

La reprise des usines vieillissantes en Scop permet aux salariés de participer à la stratégie de l'entreprise, de maintenir les emplois, mais également de soutenir le dynamisme de toute une région.

Par exemple, jusqu'à maintenant, les produits traditionnellement utilisés dans le thé viennent des 4 coins du monde.

« Le tilleul, par exemple, partait d'Amérique latine, arrivait au port d'Hambourg pour des raisons fiscales, passait par l'Allemagne chez un sous-traitant pour être coupé avant d'arriver à l'usine de Marseille. »*

Pour limiter les coûts de transports et s'approvisionner localement, il a donc fallu travailler avec les producteurs locaux pour faire remonter en puissance les productions françaises de tilleul, verveine, menthe, camomille, etc.

Pour les plantes qui ne poussent définitivement pas sous nos latitudes, un partenariat de type commerce équitable a été mis en place au Vietnam, afin de payer le juste prix aux producteurs locaux.

Mais Scop-Ti ne s'arrête pas là.

Afin que les consommateurs soient pleinement intégrés au projet, ils ont également fait le choix de distribuer et vendre les produits de manière différente.

Pour acheter le thé 1336, il est par exemple conseillé de :

- Se rendre dans les supermarchés et de demander à référencer la marque. En insistant, vous pouvez faire en sorte que les magasins changent leurs habitudes et privilégient les produits équitables.
- S'appuyer, ou créer, une association pour faire des commandes collectives.
- De contacter l'association FRALIBERTHE (AFLT) avec qui ils travaillent.

Scop-Ti propose donc une vision où le consommateur peut imposer ses choix aux supermarchés (et non l'inverse...).

Développement durable, maintien des emplois locaux, pouvoir aux consommateurs, Scop-Ti propose donc une vision nouvelle de l'entreprise où l'humain (salariés et consommateurs) sont au centre de la démarche.

Pas étonnant qu'ils aient choisi pour slogan : « **éveille les consciences, réveille les papilles** ».

Vous souhaitez en savoir plus sur cette initiative?

Vous pouvez visiter le site de [1336](#), de la [Scop](#), et leur page [facebook](#).

*Sophie Chapelle, Campagnes Solidaires, n°317 mai 2016.
Photos: 1336 et Scop-Ti