

LA SCOP ARDELAINÉ, UN PROJET COOPÉRATIF DE DÉVELOPPEMENT LOCAL

(*) Béatrice Barras est coopératrice
cofondatrice d'Ardelaine.

par Béatrice Barras (*)

Ardelaine est née d'un double défi : celui de relancer une dynamique économique autour de la revalorisation d'une ressource délaissée (la laine) en milieu rural désertifié ; et celui de faire la démonstration qu'un groupe humain déterminé et solidaire, sans moyens financiers et sans compétences dans le domaine concerné au départ, est capable de créer une entreprise.

La catalyse s'est faite en 1975. La filature de laine de Saint-Pierreville (centre Ardèche) tombe en ruine : le toit s'est écroulé. Les laines tondues à cette époque ne se vendent pas en raison de l'effondrement du marché international ; elles sont jetées ou brûlées. Les 430 habitants de la bourgade de Saint-Pierreville baissent les bras : « *Il n'y a plus rien à faire ici.* »

Dans le sud de l'Ardèche, cinq amis dirigent un chantier de jeunes qui réhabilite un hameau en ruine. Les débats sont animés : restaurer le patrimoine, c'est important, mais si l'on veut que le pays revive, il faut créer des activités économiques. La pédagogie coopérative menée sur le chantier les conduit tout naturellement au désir d'inscrire dans l'économie leur envie de « faire ensemble ».

L'idée prend corps dans le projet de créer une coopérative pour revaloriser les laines de pays sur le site de l'ancienne filature. Pendant sept années, ils vont préparer le projet en économisant de l'argent, en se formant au métier, en restaurant le bâtiment et en réfléchissant à la stratégie à mettre en œuvre pour réussir. La complémentarité de leurs compétences, leur détermination solidaire et la mutualisation de leurs revenus permettront de franchir maints obstacles.

En 1982, ils sont seize autour de la table pour signer les statuts de la Scop baptisée Ardelaine pour la contraction « Ardèche et laine », mais aussi l'« art des laines ». La déstructuration de la filière d'amont en aval les a conduits à concevoir leur projet avec une approche globale : l'avenir est dans la qualité et, pour cela, il faut intervenir dès la tonte des moutons pour sélectionner les toisons et amener les éleveurs à améliorer leur travail. Il faut ensuite être présent sur les différents ateliers de transformation pour maîtriser la qualité technique et écologique : lavage, cardage, filature et confection. Enfin, il faut maîtriser le commercial, créer une image et donner une identité forte à l'entreprise en développant la vente directe aux

particuliers. Vente sur place, vente sur les foires et salons de produits écologiques, vente par correspondance permettent d'équilibrer les recettes sur l'année.

En 1986, après avoir conçu une gamme d'articles en literie et testé la vente de vêtements pure laine, l'équipe prend la décision de monter un atelier de tricotage et confection. N'ayant aucune compétence dans ce domaine, elle fait appel à un ami tricoteur qui vient d'être licencié économique. Pendant un an, il aidera à choisir le matériel et assurera les bases de la formation. L'atelier sera monté dans la Zup de Valence. Cette contrainte amènera les coopératrices qui prennent en charge l'atelier à s'impliquer dans l'animation sociale du quartier. Développement social et développement local iront de pair dans la Scop, qui se défend de toute approche manichéenne des rapports ville-campagne !

La Scop a été peu soutenue au départ, si ce n'est par la Fondation de France (dans son programme « Initiative territoire emploi ressources ») et par les aides à la création d'emploi en vigueur à l'époque.

En 1989, Ardelaine compte douze emplois et son équilibre économique est satisfaisant. Néanmoins, les coopérateurs veulent modifier leur trajectoire : la vente sur les salons les emmène dans tous les pays limitrophes : Madrid, Bologne, Bâle, Stuttgart, Namur... Ils passent de plus en plus de temps sur des autoroutes et dans des camions et se demandent s'ils ne s'éloignent pas trop de leur aspiration à vivre et faire vivre le monde rural. L'idée de développer un musée sur le site de l'entreprise semble une bonne alternative et, après étude et recherche de financements, 600 m² sont construits pour abriter ce projet culturel. Les objectifs sont divers : faire connaître ce village « du bout du monde », développer les ventes sur place et perpétuer et transmettre aux générations futures l'histoire des savoirs et savoir-faire des métiers de la laine. Privilégiant l'accueil et une prestation autant didactique que distrayante, ce musée a obtenu un certain succès. Les 20 000 visiteurs qui s'y aventurent chaque année ont permis d'atteindre les objectifs attendus, sans compter l'impact économique local induit.

Tout au long de son développement, Ardelaine a recherché des partenariats avec d'autres entreprises de développement local fonctionnant dans un esprit coopératif et solidaire. Le réseau Repas (Réseau d'échanges et de pratiques alternatives et solidaires) est né de ces rencontres et s'est structuré autour de deux rendez-vous thématiques annuels. L'échange autour de l'« usure des équipes » et des objectifs fondateurs a conduit les partenaires à évoquer les problèmes de recrutement générés par leur croissance. L'embauche sur des critères de compétence ou de proximité géographique ne permet pas de pérenniser une culture d'entreprise qui se veut coopérative dans le fond comme dans la forme. Le réseau, amené à réfléchir sur la transmission de la culture coopérative qui l'anime, a conçu un « compagnonnage » alternatif et solidaire proposé à des jeunes en recherche d'une approche différente du travail. Malgré des difficultés à trouver un cadre adapté dans les mesures de la formation professionnelle, la réflexion et l'expérimentation de ce prototype pédagogique ont mobilisé

une grande implication des entreprises participantes, conscientes de la nécessité de pallier les déficiences des formations initiales dans ce domaine. Une publication dans la collection « Dossiers pour un débat » de la Fondation Charles Léopold Mayer pour le progrès de l'homme rendra compte prochainement de ces cinq années d'expérimentation.

Ardelaine tond chaque année 50 000 moutons dans les troupeaux de 300 éleveurs d'Ardèche et de Haute-Loire. Elle transforme 40 tonnes de laine en vêtements et literie. Elle diffuse 40 000 catalogues de vente par correspondance et accueille près de 30 000 visiteurs sur son site. Les 30 salariés (25 équivalents temps plein), dont 18 sont coopérateurs, ont réalisé un chiffre d'affaire de 7 millions de francs en 2000.

De nouveaux projets sont en cours : la création d'une nouvelle visite pour le musée, la mise en place d'un restaurant basé sur la valorisation des produits du terroir. Enfin, Ardelaine envisage, à terme, de devenir une coopérative d'appui pour le développement d'activités locales, quel que soit le secteur concerné.

La Scop va bientôt fêter ses vingt ans et son parcours est là, aujourd'hui, pour témoigner de la pertinence de l'approche coopérative dans le développement local. Forte des compétences acquises dans sa démarche, elle envisage d'approfondir l'idée de l'« entreprise apprenante » en devenant un lieu de formation aux métiers de l'initiative coopérative en milieu rural. ●