

FRALIB GEMENOS (13)

SOLUTION ALTERNATIVE

PRESENTÉE PAR LES SYNDICATS CGT ET CGC

Ces quelques pages ont pour but de présenter, de manière très synthétique, le travail du Comité d'Entreprise et des organisations syndicales CGT et CGC de FRALIB élaborant une solution alternative à la fermeture du site de Gémenos par Unilever, le CE ayant été assisté par le Cabinet d'expertise Progexa.

Le Conseil Général des Bouches du Rhône, le Conseil Régional PACA, la Communauté Urbaine de Marseille, l'Agglomération d'Aubagne ont apporté leur soutien financier à l'étude de cette solution alternative qui a reçu également le soutien de l'ensemble des candidats de gauche à l'élection présidentielle et notamment du nouveau Président de la République

Mai 2012

I) LA SOLUTION ALTERNATIVE DANS SON CONTEXTE PROFESSIONNEL

Cette partie reprend une présentation synthétique d'un document présenté au Conseil Régional PACA en décembre 2011 et en préfecture des Bouches du Rhône en janvier 2012 en présence de l'ensemble des collectivités territoriales. Ce document de 190 pages traite des sept points du cahier des charges élaboré par le Comité d'Entreprise de Fralib détaillés ci après. Cette partie n'en reprend que six, le septième étant traité et approfondi à part.

1. L'étude de la rentabilité de Fralib

LES TROIS VIES DE FRALIB DETRUITES PAR UNILEVER ET DE LA RESPONSABILITE DU GROUPE UNILEVER DANS LA FRAGILISATION DU SITE DE GEMENOS

FRALIB présente trois visages d'activités et de résultats forts différents (les 'trois vies de Fralib' !) depuis la fin des années 1990 à 2011 selon les données institutionnelles et organisationnelles propres à chaque période :

- ✓ Une période **d'entreprise à souveraineté encadrée** jusqu'en 2000 où FRALIB est encore maître de la commercialisation de ses produits (avec une force de vente propre en interne), se développant sur plusieurs activités (Thés & Infusions, Potages Royco, Poudres pour boissons chocolatées – Choky - et pour boissons au thé – Liptonic -), abritant plusieurs usines (Gémenos, Le Havre qui sera fermée en cours de période, Dissay qui sera cédée en fin de période) ;
- ✓ Une période **d'entreprise à fonctions limitées** de 2001 à 2007, où Fralib n'a plus la fonction de commercialisation transférée à Unilever France (avec d'autres activités supports telles que Administration et Finance, Ressources Humaines, Marketing, ...); Fralib se déploie sur une activité dédiée uniquement à celle des 'Thés & Infusions', n'abritant plus qu'une seule usine (Gémenos), livrant ses produits à 'cost plus' (incluant 'coûts de conversion' + coûts des matières premières + mark up) à Unilever France qui les commercialise tant sur le marché français qu'en direction des autres sociétés commerciales européennes du groupe Unilever en Europe ; période qui s'arrête au 1^{er} février 2007 avec l'entrée de Fralib dans la chaîne logistique européenne d'Unilever : Unilever Supply Chain Company (USCC, basée en Suisse) ;
- ✓ Une période **d'entreprise à fonction réduite** depuis 2007, réduite à l'activité de façonnage, livrant à 'cost plus' (uniquement coûts de conversion + mark up à 7% de la valeur nette comptable des immobilisations), non plus à Unilever France, mais à la chaîne logistique USCC, et n'ayant plus la propriété des matières premières qu'elle utilise ; période qu'Unilever voudrait clore aujourd'hui avec le projet de fermeture de l'usine de Gémenos.

Durant la première période de Fralib entreprise à souveraineté encadrée jusqu'en 2000, et suite à la fermeture du site de thés noirs du Havre en 1998, le groupe Unilever s'était engagé sur la spécialisation respective des sites de thés et infusions en Europe de l'Ouest continentale :

- ✓ Le site de Gémenos dédié avec ses technologies en sachets double chambre (Constanta, IMA C2000) aux **thés parfumés, aux infusions, aux thés verts**, le site bénéficiant de plus d'un atelier de coupe de matières premières et d'un atelier d'aromatisation ;
- ✓ Le site de Bruxelles dédié avec ses technologies en sachets double chambre (Constanta, Cortina, Perfecta) **aux thés noirs**.

Dès le début des années 2000, Unilever arrête l'atelier coupe de matières premières et l'atelier d'aromatisation humide de Gémenos, soit une première atteinte à la dynamique du site.

En 2004-05 sont implantées sur Bruxelles des machines IMA Zenith (sachet pyramide avec fil et étiquette) initialement dédiée aux thés noirs (standard et d'origine) pour l'Europe de l'Ouest continentale. Mais, compte tenu de l'échec commercial (barrière prix) du conditionnement des thés noirs en sachets pyramides en Europe de l'Ouest Continentale (et cela à l'inverse de la Grande-Bretagne où Unilever a introduit avec succès les sachets pyramides mais sans fil et sans étiquette et dans un autre mode de boîtage), les machines Zenith sont rapidement redéployées vers les thés parfumés et les infusions (puis ultérieurement vers les thés verts), mettant fin à la spécialisation réciproque des sites de Bruxelles et Gémenos, avec les conséquences négatives qui seront induites sur l'activité de Gémenos. En effet, les productions en sachets pyramide de Bruxelles en thés parfumés, infusions et thés verts viennent concurrencer les formats double chambre de Gémenos sur ces produits, avec une production désormais déclinante pour Gémenos.

Fralib subit à nouveau en 2007, en dépit des promesses de l'USCC, les erreurs commerciales du groupe dans la catégorie 'Thés & Infusions' avec de nouvelles machines IMA Zenith implantées temporairement à Bruxelles et destinées aux marchés des Etats-Unis et de Russie avant leurs transferts ; comme pour l'aventure IMA Zenith 2004-05 sur les thés noirs, vu l'échec commercial alors des sachets pyramides notamment aux Etats-Unis en 2007, celles-ci viennent grossir le parc de machines 'IMA Zenith' de Bruxelles avec l'obligation de rentabiliser cet investissement, ce qui se fera par de gros investissements 'Media' pour assurer l'expansion des ventes de 'sachets pyramides' sur le marché de l'Europe de l'Ouest Continentale, et cela bien évidemment au détriment des sachets DC de Gémenos dès lors non soutenus et qui n'en résisteront pas moins plus qu'honorablement sur 2007-2008 !

Et les investissements Média d'Unilever de se concentrer unilatéralement depuis 2005 sur les sachets pyramides de Bruxelles sans aucun soutien 'Média' aux sachets double chambre de Gémenos.

Bien plus, depuis 2007, le site de Katowice (Pologne) vient à son tour concurrencer les produits de Gémenos sur l'Europe de l'Ouest continentale.

C'est dans ce contexte que le groupe Unilever, considérant que Gémenos est l'usine la plus petite de l'Europe de l'Ouest, et pour cause, décide de fermer l'usine de Gémenos en 2010, en oubliant de signaler que le marché français est le principal marché de l'Europe de l'Ouest continentale en thés parfumés, infusions et thés verts, ce qui était la spécificité d'approvisionnement dans ces produits... de Gémenos.

2. L'étude du bassin de l'emploi

Cette partie du rapport montre l'importance du Chômage en région PACA et tout particulièrement dans les Bouches du Rhône.

Le taux de chômage sur la zone d'emploi Marseille Aubagne était de 13,3% fin 2010. Cette situation dramatique décrite à partir de statistiques officielles qui ne traduisent que partiellement la réalité s'est encore dégradée.

Le faible nombre d'embauches dans la région va entrainer de grandes difficultés de reclassement externes. Le projet de fermeture de l'usine de Gémenos ne ferait qu'accentuer les déséquilibres de revenus décrits dans une étude intitulée « Les moteurs économiques des territoires de l'espace métropolitain des Bouches du Rhône » de L. Davezies.

En effet, la zone d'emploi Marseille-Aubagne avec 2 022 € se situe en dessous de la moyenne des revenus issus de la base productive (2 194 €) de la région mais est encore plus éloignée des zones de Lyon (3 760 €) et de l'Île de France (5 430 €).

La caractéristique principale de la zone d'emploi de Marseille-Aubagne n'est pas tant un niveau élevé de sa base publique que le faible niveau de sa base productive. Cela a pour conséquence que la zone d'emploi de Marseille-Aubagne avec 4 100 € par habitant de bases médico- sociales se trouve au tout premier rang des 348 zones d'emploi françaises pour la dépendance aux prestations sociales.

Elaborer une solution alternative est non seulement une démarche indispensable pour les salariés de Fralib face à la décision de la multinationale Unilever, mais aussi pour l'ensemble de la zone d'emploi qui souffre de graves déséquilibres.

La nécessité de maintenir l'emploi industriel s'avère donc impérieuse si on ne veut pas accentuer les graves déséquilibres de revenus existant déjà dans les Bouches du Rhône.

3. Les investissements nécessaires pour une solution alternative à 1 000 T

Le parc de machines de conditionnement est suffisant pour une production initiale à 1.000 T et la montée éventuelle ultérieure en production.

Ce parc comprend à date : 20 machines CONSTANTA à 170/180 coups /minute, 9 machines IMA C 2000 à 450 coups/minute, 5 machines TOMMY (sachets mousselines) à 150 coups/minute, 3 machines MOLINS (sachets ronds) à 650 coups/minute, 1 ligne BOITES FER.

Il n'en demeure pas moins que certains investissements additionnels sont nécessaires.

Un premier investissement est nécessaire pour restaurer les actifs spécifiques de l'usine en amont :

- Atelier 'Coupe Matières Premières' notamment en direction de la réactivation d'un circuit amont vers un approvisionnement en 'plantes' régionales' (tilleul, verveine, ...)
- Atelier d'aromatisation humide pour restaurer une qualité de saveur à partir de produits naturels.

Le montant de l'investissement nécessaire pour ce faire est de l'ordre de 1,5 à 2 millions d'€.

De nouveaux investissements sont nécessaires pour la mise à niveau des installations techniques :

- Nouvelle carte informatique pour IMA C 2000 afin d'en améliorer le fonctionnement et les performances ;
- Remise en état et amélioration du 'carrousel' Big-Bag en Mezzanine pour l'approvisionnement des machines en matières premières ;
- Extension de l'Aire de stockage des produits finis.

Le montant de l'investissement nécessaire pour ce faire est de l'ordre de 1 à 1,5 million d'€.

DES ENGAGEMENTS NECESSAIRES DU GROUPE UNILEVER AU VU DE SES RESPONSABILITES DANS LA FRAGILISATION DU SITE DE GEMENOS

L'entreprise FRALIB a été dépouillée de nombre de ses fonctions d'entreprise par le groupe Unilever depuis les années 2000 :

- Pas de fonction 'achats de matières premières et emballages', soit l'absence d'acheteurs en propre,
- Pas de fonction 'commercialisation' ni dans le circuit de la Grande Distribution 5GMS et HD), ni dans le circuit de la restauration hors foyer (RHF), soit l'absence d'une force de vente en propre sur ces 2 circuits,
- Pas de fonction de 'gestion financière' et de 'gestion de trésorerie',
- Pas de fonction 'gestion de la paie',
- Pas de fonction 'marketing',
- Pas de fonction 'recherche' pour 'innovations de nouveaux produits' ou 'adaptations technologiques',
- Pas de fonction 'achats de matériel auprès des fournisseurs' (machines de conditionnement, convoyeurs, palettiseurs, moteurs, pièces détachées, ...).
-

Il revient de ce fait au groupe Unilever d'encadrer la solution de reprise à 1.000 T ou 620 millions de sachets par la seule solution possible, **une solution transitoire de façonnage**.

Dans cette solution transitoire de façonnage à 1.000 T (notamment des productions sous marque « Thé Eléphant ») sur une période de 5 années et ouvrant progressivement le relai à une production complémentaire en propre sur le site de Gémenos pendant les 5 années suivantes, il revient à Unilever :

- De prendre à sa charge les investissements additionnels requis au point précédent (un montant de l'ordre de 3 à 3,5 millions d'€),

- D'assurer dans le cadre d'une prestation de façonnage l'approvisionnement du site de Gémenos en matières premières et emballages aux mêmes conditions que les autres usines européennes du groupe,
- D'assurer la commercialisation des produits de Gémenos vers les circuits du marché français de la Grande Distribution et de la Restauration hors Foyer.

Compte tenu de la nécessité de former de nouvelles compétences tant en commercial, marketing, achats, gestion ... que de former de nouvelles compétences industrielles, il revient au groupe Unilever d'assurer annuellement **un plan de formation ambitieux** de 1M€ par an sur les 5 prochaines années, soit 5 M€ en formation.

De façon à assurer **la rentabilité de la nouvelle entreprise** dans les conditions de formation des coûts contrôlables, et dans le contexte d'une solution transitoire de façonnage, il revient à Unilever :

- De prendre à son compte l'achat du terrain ou la location de celui-ci pour les 10 années à venir,
- De financer le besoin en fonds de roulement de la nouvelle entreprise,
- De prendre en charge pendant 10 ans les salaires et cotisations sociales à hauteur de 30%,
- De rémunérer la nouvelle entreprise 'Fralib' d'un MARK UP fixé à 30% du montant des coûts de revient, mark up pris sur la marge commerciale que réalisera Unilever sur les ventes de produits de Gémenos,
- Compte tenu des responsabilités d'Unilever dans la situation actuelle de l'entreprise Fralib Gémenos, il lui revient de verser 50.000 € par salarié concerné par la fermeture du site (182 emplois).

LES ENGAGEMENTS QUI POURRAIENT ÊTRE PRIS PAR LES COLLECTIVITES TERRITORIALES

C'est sur la base d'engagements clairs du Groupe Unilever autour de la solution alternative de façonnage à 1.000 T ou 620 millions de sachets que les collectivités territoriales pourront s'engager, au vu des expériences en la matière menées notamment par le Conseil régional de Poitou-Charentes, par rapport à ce projet :

- Engagement éventuel d'une participation à l'achat du terrain et des bâtiments,
- Participation éventuelle au capital de la nouvelle société,
- Caution de prêts bancaires.

4. La rentabilité des produits de Fralib sur le marché français en thés parfumés, infusions, thés verts en format sachet double chambre –

Une solution alternative à 1 000 T ou 620 millions de sachets

Si le marché français est donné globalement stagnant en volume sur l'ensemble des thés et infusions, cette stagnation masque une dualité favorable à l'usine de Gémenos :

- ✓ **Progression des segments ‘thés parfumés-thés verts-infusions’**, sur lesquels reposent essentiellement les ventes de l’usine de Gémenos, tant en volume (VAM¹ 2006-10 à +1,7% et variation 2011 à +1,1%) qu’en valeur (VAM 2006-10 à +2,3% et variation 2011 à +2,1%) ; montée également de leur poids dans les ventes totales, tant en volume (de 51,4% en 2006 à 56% en 2011, soit + 4,6 points) qu’en valeur (de 61,7% en 2005 à 67,7% en 2011, soit + 6,0 points), avec ici l’indication de l’importance de leur valorisation sur le marché ;
- ✓ **Décroissance des segments ‘thé noir standard & thé noir de spécialité’**, sur lesquels l’usine de Gémenos n’est quasiment pas concernée, tant en volume (VAM 2006-10 à -2,4% et variation 2011 à -2,9%) qu’en valeur (VAM 2006-10 à -2,9% et variation 2011 à -2,6%) ; baisse également de leur poids dans les ventes totales, tant en volume (de 40,4% en 2006 à 36% en 2011, soit -4,4 points) qu’en valeur (de 35,4% en 2005 à 29,1% 2011, soit -6,4 points), avec ici l’indication de l’importance de leur moindre valorisation sur le marché.

Dès lors ce marché français dans les thés parfumés, infusions et thés verts offre les bases d’une solution alternative à 1.000 T ou 620 millions de sachets

En effet, la marque Eléphant représente une potentialité de ventes en Grande Distribution France de l’ordre de 800 T ou 490 millions de sachets, soit environ 8% du marché.

A ces ventes sous la marque Eléphant, le complément pour atteindre les 1.000 T ou 620 millions de sachets pourrait être apporté :

- ✓ Par des ventes dans le circuit RHF de sachets ‘mousselines’,
- ✓ Par des ventes éventuelles de ‘sachets ronds’ (à partir des machines ‘Molins’), pour ‘machines à thés’ à placer dans le circuit RHF et en grande distribution,
- ✓ Par des ventes ‘boîtes fer’ en Grande Distribution
- ✓ Par des ventes en Marques Distributeurs’.

Ces ventes à 1.000 T ou 620 millions de sachets se décomposeraient comme suit selon les segments de produits :

France -	1.000 T	620 M sachets
Thé vert - Sachet rond		
Thé noir - Sachet DC Enveloppe	100	61
Thé parfumé -Sachet DC Enveloppe + divers	400	245
Thé parfumé - Sachet mousseline	100	61
Infusions -Sachet DC Enveloppe	400	245
Total France	1 000	620

¹ VAM : taux de variation annuel moyen

Il s'agit essentiellement d'une production et de ventes en 'sachet double chambre', format qui s'inscrit dans le 'cœur du marché' ou 'mainstream', là où le groupe Unilever axe sa stratégie sur le format 'sachet pyramide', soit le segment dit 'Premium' du marché.

L'analyse des coûts contrôlables de Gémenos, dans un scénario à 1.000 T, compte tenu d'un emploi à 100 salariés, donne un coût contrôlable à 8,69 €/kg (système de prix moyen 2009).

Le prix de revient moyen, dans un scénario à 1.000 T, compte-tenu du prix des matières premières et emballages, des coûts logistiques (transport et entreposage), en prix 2009 s'établit à 18,57 €/kg.

Le prix de vente moyen des produits de Gémenos, pour un scénario à 1.000 T, sur le marché français s'établit à 45 €/kg.

La marge commerciale (prix de vente moins prix de revient), avant marge arrière de la Grande Distribution, s'établit à 58,7%, couvrant plus que largement la marge arrière, d'autant plus qu'Unilever ne consacre plus de dépenses de publicité sur les produits de Gémenos.

5- Premières Approches pour un approvisionnement en thé et plantes aromatiques

La solution alternative prévoit que les dix premières années Unilever doit fournir à la société de la solution alternative les matières premières et emballages dans des conditions de qualité et de prix identiques aux conditions actuelles

Toutefois, afin d'assurer la pérennité de la solution alternative, il convient de prendre dès maintenant des contacts visant à créer « par la suite de nouvelles coopérations avec des pays en voie de développement et les producteurs locaux de plantes aromatiques de la région PACA notamment qui permettront d'assurer un approvisionnement sur la base de relations économiques nouvelles et solidaires ».

Le Thé

Une analyse approfondie du marché du thé montre que cette matière première est dominée par un nombre restreint de sociétés dont Unilever qui possède par exemple 98 % de la production en Inde selon Agritrade.

Le thé est cultivé dans 36 pays tropicaux et semi-tropicaux, dont 21 pays ACP. Les sept plus grands pays producteurs représentent plus de 80% de la production mondiale.

Principaux producteurs mondiaux	Production en 2008 (tonnes)	Part dans le monde
Chine	1275 384	33,30%
Inde	805 180	21,00%
Kenya	345 800	9,00%
Sri Lanka	318 700	8,30%
Turquie	198 046	5,20%
Viet Nam	173 500	4,50%
Autres pays	716 040	18,70%
Total mondial	3832 650	100,00%

Le thé est la boisson la plus bue à travers le monde après l'eau. Moins de la moitié de la production est exportée, étant donné que la Chine et l'Inde, en particulier, sont de grands consommateurs et producteurs.

Il n'y a pas de marché à terme du Thé. Depuis la fermeture du marché de Londres, il n'existe plus de marché de référence internationale unique à proprement parlé pour le thé. On considère qu'à ce jour, près de 85% des échanges s'effectuent à travers des ventes aux enchères organisées dans chaque pays (voire chaque région productrice)., la vente s'effectue dans le cadre de contrats de gré à gré généralement à livraison différée.

A partir d'un réseau d'approvisionnement basé sur le respect du travail des producteurs et sa juste rémunération d'une production de qualité, la solution alternative devrait progressivement devenir autonome pour ses matières premières. Des contacts sont d'ores et déjà pris et demande approfondissement pour assurer une fourniture régulière en quantité et qualité de la matière première condition indispensable pour la régularité des produits finis.

Pendant les cinq premières années, il reviendra à Unilever d'assurer l'approvisionnement en matières premières. Afin d'éviter tout problème entre Unilever et la nouvelle société, il paraît indispensable qu'un organisme certificateur, du type Bureau Veritas, valide la qualité de la matière première ainsi que pour des produits finis.

De même, une réflexion sur les emballages devra permettre aux productions de la solution alternative de correspondre au mieux, à leurs positionnements sur le marché.

Les plantes aromatiques

Le terme de filière PPAM (Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales) est couramment employé pour regrouper des productions allant de la Mélisse, à la Sauge, la menthe, le Thym, le Romarin, la Sarriette etc. avec des destinations, elles aussi, très diversifiées (alimentaires, médicinales, parfumerie..).

On dénombre en France plus de 120 espèces différentes mises en culture et plusieurs centaines récoltées lors de campagnes de cueillette.

PACA et Rhône-Alpes demeurent depuis des années, les deux régions où la culture des PPAM biologiques est la plus développée. Elles totalisent avec respectivement 1 066 ha et 1 372 ha, près de 78% des surfaces cultivées en PPAM bio et en conversion, en France.

Cette dynamique se traduit par une croissance de +30% des surfaces en conversion et en bio en PACA et en Rhône-Alpes

En PACA et Rhône-Alpes, trois départements se distinguent par leur capacité de production : la Drôme est le premier département français, puis viennent les Alpes de Haute-Provence et le Vaucluse.

Des contacts ont été établis avec Mr Claude Chailan administrateur à l'Office National Interprofessionnel des Plantes à Parfum Aromatiques et Médicinales qui se propose d'accompagner, avec FranceAgrimer, les partenariats avec les groupements de producteurs locaux.

Ainsi en construisant progressivement des relations entre la société de la solution alternative et des groupements de producteurs agricoles locaux, nouvelles relations peuvent se tisser entre les entreprises et leurs fournisseurs dans l'intérêt final du consommateur.

6 Etude d'un plan de formation des salariés pour répondre aux exigences syndicales et aux compétences requises

Un plan de formation ambitieux devra être défini dans la nouvelle structure avec la direction et les représentants du personnel.

Il s'agit en effet de permettre à la nouvelle entreprise de redevenir une entreprise souveraine maîtrisant les fonctions principales de l'entreprise telle que l'achat des matières premières et emballages, la production, la direction administrative et financière et aussi la commercialisation des produits.

Il convient avant tout recrutement de voir si certains salariés de la nouvelle structure peuvent, après formation devenir des responsables, des dirigeants de la nouvelle entreprise. On commencera donc par proposer à tous les salariés un bilan de compétences pris en charge par Unilever et permettant d'évaluer les potentiels.

Ainsi, un certain nombre de salariés devront acquérir une formation de niveau supérieur dans les domaines suivants :

- Gestion PME PMI
- Gestion des entreprises options finances et comptabilité
- Electrotechnique
- Négociation et relation client

Le fonds de formation national des Industries agroalimentaires doit accompagner ce plan de formation.

Ce besoin de formation, pour mettre la nouvelle entreprise en mesure de retrouver des domaines de compétences desquels l'organisation Unilever l'avait exclu, se perpétuera au-delà de cette période de transition.

II) RAPPEL DES PROPOSITIONS SYNDICALES CGT ET CGC POUR UN REDEMARRAGE DE L'ACTIVITE PERENNE THES ET INFUSIONS A GEMENOS (13)

(déposées auprès du Comité de groupe du 24 février 2012, intégrées pour partie dans le corps de notre document)

Ces propositions s'inscrivent dans un processus de construction liant étroitement redémarrage réel de l'activité industrielle sur le site et élaboration d'une solution alternative pérenne.

1- TABLE RONDE

L'urgence d'une telle table ronde au plus haut niveau s'impose. Elle doit permettre d'acter les conditions du redémarrage réel de l'entreprise, la concrétisation de la solution alternative, notamment par les engagements d'Unilever et des pouvoirs publics, la prise en compte des propositions concrètes des salariés inscrites dans une solution alternative ayant obtenues le soutien du Conseil Régional et des collectivités territoriales.

2- UNILEVER DOIT S'ASSEOIR A LA TABLE RONDE

L'arrêt rendu le 17 novembre confirme les responsabilités entières d'Unilever, la société Fralib n'ayant aucune autonomie. Aussi pour que la table ronde et des négociations soient efficaces, le groupe Unilever lui-même doit s'engager. Il en a les moyens. L'arrêt rendu le 17 novembre le démontre amplement.

3- REDEMARRAGE REEL DE L'ACTIVITE ET ELABORATION DE LA SOLUTION ALTERNATIVE

Toutes les conditions existent pour un redémarrage normal de l'activité sur le site. Ce redémarrage doit s'inscrire dans une durée de 5 ans permettant la mise en place progressive de la solution alternative. Dans ce sens, doit être maintenu l'ensemble du tonnage Thé l'Eléphant et de tonnages additionnels en correspondance avec le nombre de salariés concernés. La solution alternative se construira dans le cadre de la convention de revitalisation. Dès maintenant, des contacts sérieux et une élaboration avancée réalisée notamment avec les experts du Comité d'entreprise montrent la viabilité d'une telle solution alternative aboutissant à terme à la constitution d'une entreprise souveraine.

4- UN ACCORD DE FACONNAGE THE L'ELEPHANT ET TONNAGES ADDITIONNELS

Un tel accord doit être négocié pour 10 ans entre Unilever et les nouvelles entités économiques, incluant l'approvisionnement en matières premières dans les conditions actuelles et la contribution à la constitution d'un réseau de distribution indépendant.

5- ETAT DES LIEUX ET DES BESOINS EN COMPETENCES NOUVELLES

Celui-ci doit se réaliser en commun avec le Comité d'entreprise par un cabinet indépendant pris en charge par Unilever. A partir de cet état, un plan de formation sera défini engageant Unilever et les pouvoirs publics.

6- EXAMEN DE LA SITUATION DES TERRAINS ET BATIMENTS

Deux hypothèses existent. Soit le rachat par Unilever des terrains et rétrocession du tout pour l'euro symbolique au collectif des salariés constitué. Soit prise en charge par Unilever des loyers, charges et taxes pendant 10 ans.

7- PARC MACHINES

Entretien, remise à niveau, modernisation, nouveaux investissements, aromatisation, atelier coupe... sont à examiner.

8- ENGAGEMENT DES POUVOIRS PUBLICS

Notamment dans des financements et garanties bancaires.

9- ENGAGEMENT DES COLLECTIVITES TERRITORIALES

Le Conseil Régional et les collectivités territoriales soutiennent la solution alternative. Cet engagement participe de la mise en œuvre de celle-ci.

10- PARTICIPATION D'UNILEVER AU FINANCEMENT DE LA SOLUTION ALTERNATIVE PAR UN ENSEMBLE DE MESURES TELLES QUE :

- Versement d'une somme de 50 000 € par salarié concerné par la solution alternative,
- Maintien des salaires et acquis sociaux des salariés engagés dans la solution alternative. Prise en charge par Unilever à hauteur de 30 % pendant dix ans des salaires et cotisations sociales,
- Autres mesures ponctuelles.

11- INDEMNITES EN REPARATION DU PREJUDICE SUBI PAR LES SALARIES

Versement par Unilever d'une somme à la hauteur du préjudice subi par salarié adhérent à la solution alternative. Cette enveloppe globale sera gérée par le collectif de salariés constitué.

12- ARRET DE TOUTES LES POURSUITES JUDICIAIRES A L'ENCONTRE DES SALARIES AUSSI BIEN AU PLAN CIVIL QUE PENAL ET RETABLISSEMENT DES SALARIES DANS TOUS LEURS DROITS.

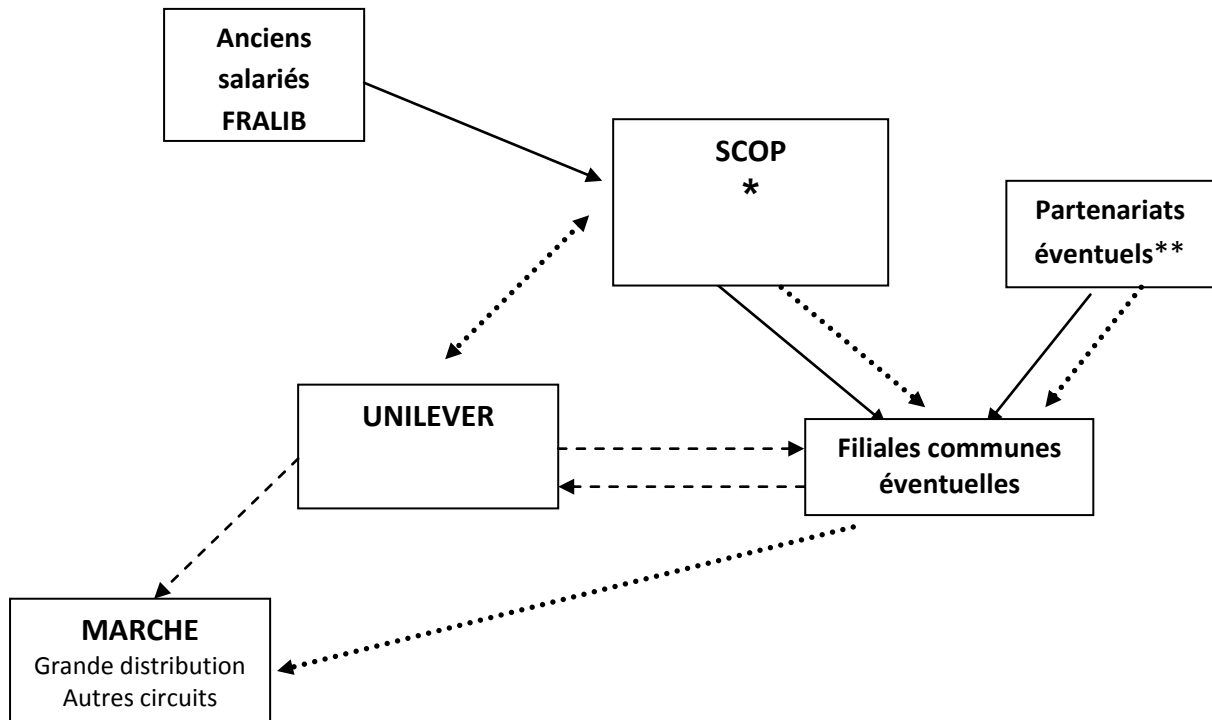
Ces propositions s'inscrivent dans la démarche constante des syndicats CGT et CFE-CGC et du Comité d'entreprise pour sauvegarder et développer l'emploi et l'outil industriel de production et de conditionnement de thé et d'infusions à Gémenos (13).

Gémenos,
Le 21 novembre 2012

III) UNE SCOP – LA FORME JURIDIQUE DE NOTRE SOLUTION ALTERNATIVE

(Cette partie était intégrée en point 7 dans le document présenté au Conseil Régional PACA en Décembre 2011 et en préfecture en janvier 2012 en présence de l'ensemble des collectivités territoriales. Elle est ici approfondie.)

1- Structuration schématisée possible



* : Propriété des marques, notamment celle de « Eléphant » cédée pour l'€ symbolique par la société Fralib, gestion, production, approvisionnement, distribution

** : Privés, publics, collectivités territoriales...

—————> Relations capitalistiques
- - - - -> Relations commerciales

La fonction « Production » est évidemment située dans la SCOP, ainsi que la propriété des marques, notamment celle de « L'éléphant » cédée pour l'euro symbolique par la société Fralib à la SCOP.

Les fonctions achats et distributions pourraient être situées dans une filiale détenue par la SCOP et d'éventuels partenaires.

Le rôle de la filiale pourrait être d'assurer, dans le cadre d'un accord avec Unilever, les fonctions « Achats » et « Distribution ». Elle devra, dans un premier temps apprendre d'Unilever et transmettre ce savoir à la SCOP.

Les fonctions liées à l'administration et à la direction devront être assurées au niveau de la SCOP.

Si nécessaire, un pacte d'associés signé entre la SCOP et d'éventuels partenaires doit définir les points suivants :

- Répartition du capital,
- Rémunération de chacune des parties,
- Conditions du départ d'éventuels partenaires de la filiale,
- Formation des salariés de la SCOP aux fonctions « Achats » et « Distribution ».

Question des parts apportées par les salariés associés :

Les salariés demandent qu'Unilever accorde un montant de 50 000 euros par salarié concerné par fermeture du site soit 182 emplois (au lieu de 20 000 euros contenus dans le PSE pour constituer leur propre entreprise). Ce montant doit être versé directement par Unilever à la structure reprise ou créée.

Sur ce fond en compte courant, en ce qui concerne les ex salariés Fralib associés dans la futur SCOP, il sera prélevé 1000 € par salarié pour l'achat d'une part sociale.

La constitution de la SCOP devra être acceptée par les salariés concernés dans le cadre d'un pacte d'associés, inter salariés. Celui-ci définira entre autre, les modalités de maintien de départ et d'arriver dans la SCOP (départ volontaire, retraite, accident de la vie, etc)

Cette façon de procéder permettra aux futurs associés (salariés de la SCOP) de pouvoir acheter leurs parts à un niveau accessible (sachant que ceux-ci peuvent effectuer le paiement en plusieurs fois).

D'autre part, les futurs salariés de la SCOP pourront devenir associés selon des modalités à définir. Enfin, le fait de démissionner, de la part d'un salarié, entraîne la perte du statut d'associé. La perte de la qualité d'associé entraîne aussi la fin du contrat de travail, à moins d'une disposition contraire des statuts.

2- Particularités de la SCOP

a) Une activité économique classique :

La SCOP dont le capital doit être variable pour permettre l'entrée de nouveaux associés (pas de minimum sous forme de SARL et capital minimum en SA de 18 500 euros) est une société ayant une activité économique classique

(production de biens ou de services) qui s'insère dans le tissu économique marchand.

Son objectif est de réaliser un profit qui sera réparti entre les salariés, les associés et la SCOP elle-même de façon à favoriser sa pérennité.

b) Une direction démocratique au service des salariés :

Les dirigeants sont élus par les salariés associés.

Sa direction est démocratique et les salariés associés ont un contrôle permanent sur la gestion. Ces derniers doivent posséder au moins 51 % des parts sociales et 65 % des droits de vote. Ces mesures doivent permettre de protéger la SCOP contre les visées d'éventuels partenaires capitalistes trop gourmands.

A ce sujet, l'assemblée générale de la SCOP peut faire perdre, à tout moment, la qualité d'associé extérieur, à un partenaire par remboursement des parts qu'il détient.

La propriété est définitivement collective. Si un salarié associé décide de quitter la SCOP ou si celle-ci fait l'objet d'une dissolution, chaque salarié récupère uniquement la part sociale qu'il a investi à la création de la SCOP. Le reste sera versé à d'autres SCOP ou à des organismes d'utilité sociale.

Les salariés sont libres d'adhérer. L'attribution du statut d'associé se fait par cooptation lors de l'assemblée générale de l'entreprise, souvent au terme d'une période d'ancienneté fixée dans les statuts.

Lors de l'assemblée générale, en ce qui concerne les salariés associés, chaque personne compte pour une voix sans référence au capital détenu, contrairement à ce qui se fait dans les sociétés commerciales classiques.

Les salariés associés sont rémunérés de leur travail (par leur salaire) et de leur apport en capital (par les dividendes), mais à leur départ, celui-ci leur est remboursé sans plus-value.

c) Le profit est, en grande partie, réinvesti :

- une part pour tous les salariés, sous forme de participation et d'intéressement (ne peut être inférieur à 25 % des bénéfices) ;
- une part pour les salariés associés sous forme de dividendes (non obligatoire et avec un maximum de 1/3 des bénéfices);
- une part pour les réserves de l'entreprise (16 % au minimum).

Les réserves (cumul des résultats non distribués) sont impartageables et définitives. Elles représentent en moyenne 40 à 45 % du résultat et ne peuvent être incorporées au capital social (contrairement aux sociétés commerciales classiques).

Les réserves vont ainsi contribuer au développement de l'entreprise, à consolider ses fonds propres et à assurer sa pérennité.

d) Fiscalité :

Fiscalement, la SCOP est soumise aux mêmes impôts que toute société de droit commun.

Elle peut bénéficier d'avantages spécifiques, en faisant l'objet d'une "révision coopérative présentée lors de l'assemblée générale tous les cinq ans.

La SCOP peut être ainsi reconnue ce qui lui donne droit notamment à l'exonération de la Contribution Economique Territoriale (Contribution qui remplace la Taxe Professionnelle).

Il est prévu une série d'aides publiques pour la constitution d'une SCOP.

De plus, le principe de répartition des profits des SCOP leur permet de réduire à due concurrence leur bénéfice imposable.

e) Financement :

La SCOP finance son développement grâce à ses outils spécifiques (augmentation du capital par transformation des comptes de participation, constitution de réserves importantes).

Les SCOP adhérentes au mouvement des coopératives peuvent aussi obtenir des financements au travers de structures liées à l'économie sociale.

f) Une structure faite pour durer :

Contrairement à une idée reçue, les SCOP connaissent un développement régulier en France depuis plus de quinze ans. Tous métiers confondus, leur chiffre d'affaires et leur valeur ajoutée ont doublé en 10 ans. Le taux de survie des entreprises créées en SCOP s'élève à 57% au dessus de la moyenne nationale (52% source INSEE).

3- Organisation de la SCOP

Les salariés associés choisiront ceux d'entre eux qui constitueront le conseil d'administration. Ce conseil nommera ensuite le ou la président(e).

Les élus n'auront pas forcément la science infuse dès leur désignation. Aussi, ils devront se former et s'entourer de professionnels (administratifs, gestionnaires, responsables de production, d'approvisionnement, commerciaux, etc.) qui seront chargés de mettre en œuvre les orientations qu'ils auront déterminées.

Ces professionnels pourront être des cadres de la SCOP ou des intervenants extérieurs.

4- Accord avec Unilever

Dans l'esprit des engagements nécessaires attendus du groupe Unilever, celui-ci s'engage à aider au redémarrage de l'activité sur les plans financier et commercial.

La nouvelle structure devra récupérer ses fonctions « approvisionnement » et « commercialisation ».

A cet effet, par accord ce dernier fournira la matière première et assurera la distribution des produits fabriqués par la SCOP (suivant les modalités fixées ci-dessus).

La qualité des approvisionnements et des produits finis sera vérifiée par un organisme indépendant, désigné d'un commun accord par les deux parties.

Les conclusions des contrôles menés par cet organisme s'appliqueront aux deux parties.

La rupture de l'accord, si elle n'est pas la conséquence d'une faute de l'autre partie, devra être sanctionnée par un dédommagement.

IV) ELEMENTS POUR LE BUSINESS PLAN COMPTABLE DE LA NOUVELLE ENTREPRISE

COÛTS

PRODUCTION EN VOLUME (T)		PRIX 2010 à l'€/T		
Produits	Qtés	Aro/Mélange	Mat.Prem.	Emballages
Thé noir - Sachet DC Enveloppe	100		2 276	3 613
Thé parfumé -Sachet DC Enveloppe + Divers	400	245	4 610	3 613
Thé parfumé - Sachet mousseline	100	245	4 610	3 613
Infusions -Sachet DC Enveloppe	400	76	5 622	3 613
Total général	1 000			

Coûts des matières premières et emballages	N1-N 5à prix 2010			
	Aro/Mélange	Mat.Prem.	Emballages	Total
Thé noir - Sachet DC Enveloppe	0	228	361	589
Thé parfumé -Sachet DC Enveloppe + Divers	98	1 844	1 445	3 387
Thé parfumé - Sachet mousseline	24	461	361	847
Infusions -Sachet DC Enveloppe	30	2 249	1 445	3 724
Total général	153	4 781	3 613	8 547

Coûts usine hors amortissements	K€
Energie	614
Main d'œuvre variable	3 205
Autres charges de personnel	2 342
Pièces détachées	425
Autres	2 575
TOTAL coûts usine (hors amortissements)	9 161

Récapitulation des coûts	K€
+ Coûts des MP & Emballages	8 547
+ CC Usine hors amortissements	9 161
+ Amortissements Aro/Mélange	286
+ Coûts logistiques	1 596
= Coûts de revient	19 590

PRODUITS	
Refacturation du coût	19 590
Subvention 30 % salaires et cotisations sociales	1 664
Rémunération 30 % des coûts de revient	5 877
Produits totaux	27 131

MARGE GEMENOS	7 541
----------------------	--------------

INVESTISSEMENTS

K€	N1	N2	N3	N4	N5
Investissements (Aro, Atelier Coupes, Rénovation) par Unilever	3 000				
Investissements divers en propre		500	500	500	500

BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT

K€	N1	N2	N3	N4	N5
Besoin en fonds de roulement financé par Unilever	5 000				
Besoin en FR financé en propre		1 000	1 000	1 000	1 000

Il convient d'ajouter les coûts de formation du personnel et des membres du conseil d'administration évalués à 1 M€

Gémenos,
Mai 2012