

La ruche Qui Dit Oui ! Des éco-millionnaires, des bobos et les gogos de la farce...

Comment une start up, parrainée par des millionnaires chevronnés (dont Xavier Niel¹/Free et Marc Simoncini/Meetic), dévoie des principes des AMAP pour s'enrichir sous couvert de relocalisation, d'économie sociale et solidaire, écologique et équitable.

« La Ruche qui dit oui ! est un service proposé par Equanum SAS (éditeur), société co-fondée en novembre 2010 par Guilhem Chéron (Président, diplômé de l'Ecole Nationale Supérieure de Création Industrielle, « un passionné de cuisine petit-fils d'agriculteur »¹), Mounir Mahjoubi (Directeur général, diplômé de l'IEP de Paris) et Marc-David Choukroun (Directeur général, concepteur de projets digitaux).

(...) La Ruche qui dit oui ! a bénéficié d'un financement du fonds « Kima Ventures » de Xavier Niel (Free) et de Jérémie Berrebi (ZDNet), ainsi que de Marc Simoncini (Meetic) et de Christophe Duhamel (Marmiton), tous les deux sur leurs fonds personnels.

(...) le modèle économique de l'entreprise est très intéressant. (...) La Ruche qui dit oui ! pourra se résumer à sa plateforme Internet : ce sont les Reines qui feront le travail (à ce titre, elles doivent être enregistrées au Registre du commerce ou être déclarées en tant qu'auto-entrepreneur : les revenus dégagés ne sont donc pas des revenus nets pour la Reine).

(...) Rappel des différents points forts de cette initiative : une initiative porteuse d'avancées environnementales : promotion de l'agriculture biologique et raisonnée, et promotion des circuits courts ; une initiative porteuse d'une consommation « équitable » : par des prix librement appliqués par les producteurs et directement discutés avec les consommateurs »²

La Ruche Qui Dit Oui ! est une marque déposée par Equanum, société de courtage, éditrice du site web La Ruche Qui Dit Oui ! dont l'activité « pourra se résumer à sa plateforme Internet » et à la puissance de sa communication au coeur de sa stratégie commerciale fondées sur des valeurs porteuses : écologie, circuit-courts, économie sociale et solidaire, synthétisée par leur slogan publicitaire : « manger mieux, manger juste » ...

Comment ça marche ?

Un auto-entrepreneur met en relation des clients dans son quartier avec des producteurs via la plateforme Internet La Ruche Qui Dit Oui ! C'est lui qui organise la

¹ Xavier Niel, l'un des plus importants chef d'entreprise de France a commencé les affaires en lançant le Minitel « rose »

² Bottollier-Depois François, Fiche initiative HEC : « La Ruche Qui Dit Oui ! » – Janvier 2012
Observatoire du Management Alternatif

distribution et touche pour cela une commission sur les ventes ainsi que la société Equanum.

La Ruche Qui Dit Oui ! promeut le circuit-court. Dans les faits, qu'en est-il ?

Peut-on parler de circuit-courts quand se greffent trois intermédiaires entre le consommateur et le producteur, comme dans un hypermarché :

1. l'auto-entrepreneur, responsable de sa clientèle de quartier
2. la Société Equanum éditrice du site web *La Ruche Qui Dit Oui !*
3. la société Tunz/Ogone (Groupe Belgacom³) qui gère les flux financiers⁴ via son porte monnaie électronique.

Peut-on également soutenir un discours écologique et « *locavore* », quand, dans son contrat, un producteur peut livrer sa clientèle située sur un rayon jusqu'à 250 km, soit 500 km aller et retour.

Peut-on promouvoir le « *manger mieux, manger juste* » quand les producteurs ne sont soumis à aucune limitation de leurs pratiques agro-écologiques sur l'usage de pesticides chimiques de synthèse et d'engrais⁵.

En résumé le discours est une pure rhétorique au service d'un marketing à l'efficacité bien rôdée.

La presse professionnelle ne s'y trompe pas. La revue LSA, destinée aux acteurs du commerce de la grande distribution (hypermarchés et leurs fournisseurs, agro-industries, agences de communication...) consacre une page entière sur *La Ruche Qui Dit Oui !* dans son numéro du 4 septembre 2014 aux titres et sous-titres dithyrambiques : « *La ruche qui dit oui ! la start up qui cartonne chez les locavores (...)* la start up la plus originale et peut-être la plus prometteuses de la distribution alimentaire. »

« *...Depuis le lancement de la plate-forme web en septembre 2011, plus de 500⁶ ruches ont ainsi été créées qui reçoivent 50 000 commandes chaque mois pour 2500 producteurs. Une trentaine d'animateurs de ruche en possèdent trois, la limite maximale. Et pour cause, l'affaire peut devenir lucrative. Car le responsable*

³ Tunz.com et Belgacom, (équivalent de Orange en Belgique) ont élargi leur accord commercial privilégié afin d'étendre leur collaboration aux activités de paiement mobile en Belgique et au Luxembourg.

⁴ le délai de 20 jours entre le paiement du consommateur et le règlement au producteur offre à Tunz une confortable opportunité de trésorerie à placer. Cette mécanique permet aux *grandes surfaces* de placer sur les marchés financiers des masses d'argent colossales. Les produits achetés et payés « cash » le jour même par les clients (près d'un million par jour dans un hypermarché Carrefour cf Figaro.fr) sont payés 45 ou 60 jours plus tard aux fournisseurs. La grande distribution tire l'essentiel de ses marges de ces placements financiers.

⁵ Cf sur le site La Ruche qui dit Oui ! Le guide des fournisseurs du site et Charte entre les trois parties : Auto-entrepreneur/Fournisseur/Editeur

⁶ Au 20 septembre 2014, le site *La Ruche Qui Dit Oui !* annonce 566 lieux de vente dénommés « ruches », et 183 en cours de création.

de ruche touche une commission de 8,35 % sur le chiffre d'affaires hors taxe, tandis que la Ruche qui dit Oui ! en prend autant pour son compte. Au final, les producteurs récupèrent 83,3 % des ventes... »

On y apprend aussi dans cette revue destinée aux hommes d'affaires, que chaque année les ventes sont multipliées par trois.

« Cela va très vite, notre organisation est décentralisée et elle demande peu de moyen. Il suffit d'une personne qui a envie de s'investir dans le circuit court », justifie Marc-David Choukroun, co-fondateur du site. En 2013, les ventes ont atteint 9 millions d'euros, l'objectif 2014 est donc de 27 millions pour un résultat proche de 2 millions. »

Les affaires vont bien et le concept s'exporte :

« Le cap des 80 millions pour 2015 ? La Ruche qui dit Oui ! y travaille d'arrache-pied en créant déjà des filiales en Europe. Après la Belgique et l'Espagne cette année, l'Angleterre et l'Allemagne sont en phase d'approche. »

LSA nous apprend également que *« le revenu moyen par ruche est de 400 euros (il a doublé en un an), pour 10 à 15 heures de travail hebdomadaire (...) »*⁷

Qui sont les perdants, qui sont les gagnants de ces pseudo Amap version 2.0 ?

Les perdants sont les producteurs et les consommateurs avec un prix du panier mécaniquement plus cher de 20 %⁸ qu'en AMAP, mais ce sont surtout ces centaines de petits commerçants et auto-entrepreneurs habilement appelés « reines » dans le système de *La Ruche qui dit Oui !* alors qu'ils en sont plutôt les abeilles.

Ce sont eux qui, en vérité, créent le réseau, l'animent et l'organisent. Ils recrutent fournisseurs et clients, trouvent des espaces de distribution, préparent les paniers et les servent avec le sourire comme tout bon commerçant qui veut garder et développer sa clientèle. Bien que le contrat de vente direct oblige, dans les textes, que ce soit le producteur qui remette en mains propres sa marchandise à ses clients.

Ces « reines » besogneuses mettent du coeur à l'ouvrage pour un complément de revenus moyen de 400 € par mois, soit 301,6 € nets, déduction faite des 24,6 % des cotisations sociales, taux appliqué aux auto-entreprises. Le gain net pour *« 10 à 15 heures de travail hebdomadaire »* est de 6,28 € de l'heure, inférieur au smic.

Ce ne sera pas non plus avec le remboursement de ses frais que la « reine » pourra faire son miel, car, contrairement aux entreprises, ils ne sont pas déductibles. Frais de transports, loyers, communication resteront donc à sa charge, réduisant d'autant son maigre revenu.

⁷ LSA 4 septembre 2014 *« La ruche qui dit oui ! la start up qui cartonne chez les locavores*

⁸ Montant TTC des commissions reversées par le producteur à l'animateur de la « ruche » et à Equanum

Ces auto-entrepreneurs sont-ils conscients que, sous couvert d'un statut à la mode et valorisant⁹, leur labeur participe à la création d'un véritable réseau national de distribution ?

Les grands gagnants sont bien sûr les éditeurs du site Equanum qui ont su créer, grâce au web, cette forme de business pyramidal qui, inversé, prend la forme d'un entonnoir qui leur permet d'empocher 8,35 % HT de commission sur chaque vente.

Et plus nombreuses seront les petites « reines-abeilles » solidaires, plus ils s'enrichiront.

Pour l'être d'avantage, aux côtés de leurs parrains (Free, Meetic, Marmiton...) peut-être décideront-ils un jour de vendre à prix d'or ces multiples espaces¹⁰ informels de distribution répartis dans toute la France à d'autres parrains encore plus grands qu'eux, tels que Carrefour¹¹, Leclerc ou Auchan¹²... qui retrouveront ainsi une clientèle qui cherchait à leur échapper !

La SNCF n'a pas fait autrement en rachetant l'été 2013 le site (marchand) de co-voiturage 123envoiure.com¹³ (devenue ID Vroom), l'entreprise de location de voiture entre particuliers Ouicar (ex-Zilok Auto) l'an dernier et le spécialiste de l'auto-partage Move About avec d'autres parrains, Total et Orange.

Moins de trois ans après son lancement, *La Ruche qui dit Oui !* peut se réjouir de sa politique de relation publique menée avec succès auprès des médias¹⁴. Son image est solidement ancrée sur les tendances éthiques de la consommation « sociale et solidaire », et du *Manger mieux, manger juste* assimilé au manger bio qui plus est, sans intermédiaires.

⁹ « (...) en dépit des avantages indéniables qu'il apporte à qui veut se lancer sans grand risque dans l'aventure entrepreneuriale, il ne brille pas vraiment d'un point de vue économique. Chez les auto-entrepreneurs, la précarité n'est pas une exception. Plus de 48% d'entre eux ne tirent en effet pas le moindre revenu de leur activité ». http://lentreprise.lexpress.fr/gestion-fiscalite/fraude-a-la-secu-les-auto-entrepreneurs-et-travailleurs-detaches-dans-le-viseur_1576683.html#t4YckYGyDEtoA4rR.9. Pourtant, les états modernes font l'apologie de ce statut. Il a représenté la moitié des créations d'emplois en Grande Bretagne en 2013. Ils sont près du million en France. Ce statut peut-être une forme de salariat déguisé permettant aux entreprises d'alléger leurs « charges sociales ». Le même travail acheté à l'ancien salarié passé auto-entrepreneur coûte moins cher. La Cour des Comptes l'a dénoncé dans son dernier rapport sur la fraude fiscale (septembre 2014). Elle affirme que, sans encore pouvoir le chiffrer, ce statut participe à la fraude qui, au total, dépasserait en France les 20 milliards d'euros.

¹⁰ La valeur de cette entreprise de distribution est d'autant plus intéressante qu'elle ne nécessite aucuns investissements immobiliers lourds, trouver les « murs » étant la charge des « reines ». C'est un modèle « click and mortar » (commandes par Internet retirées en magasins) idéal où il n'y a même pas de mortier à couler !

¹¹ Bernard Arnaud (LVMH) est le plus gros actionnaire

¹² Auchan appartient au groupe familial Mulliez (comme Décathlon, Leroy Merlin, Kiloutou, Norauto, Flunch, St Maclou, Kiabi, Phildar, Boulanger... et le projet EuropaCity du triangle de Gonesse, s'il voit le jour)

¹³ le monde 9/09/2013

¹⁴ Rappelons que les principaux actionnaires à l'origine de cette « start up » sont aussi actionnaires de médias : Xavier Niel, co-proprétaire du Monde et actionnaire de Médiapart, Jérémie Berrebi (ZDNet), Marc Simoncini (Meetic) et Christophe Duhamel (Marmiton)

Ainsi, le journal La Tribune titrait dès le 4 janvier 2011, « *La ruche qui dit oui lance l'achat groupé bio* »¹⁵. De son côté, Valeurs Mutualistes, magazine des adhérents de la mutuelle générale de l'éducation nationale, titrait dans son article sur l'Économie Collaborative du numéro de juillet/août 2014:

« **La fin des intermédiaires** » « ... Il suffit de s'inscrire sur le site pour passer commande (...) Chacun s'engage à sa manière : qui en aidant ponctuellement à la distribution, qui en mobilisant son entourage. (...) Objectif, créer, de la sorte, un réseau de solidarité économique et social. »

Dans son élan, le journaliste n'oublie pas d'entonner le refrain marketing proposé par le responsable de communication de la société :

« *même philosophie que les amap mais avec une formule plus souple, pour faciliter les échanges* » indique Benjamin Hamot, chargé de communication (de la Ruche qui dit Oui !). »¹⁶

Beau travail de recyclage des valeurs éthiques dont le capitalisme a le secret.

Contrairement aux Amap, *La Ruche qui dit Oui !* n'est ni vraiment locale, ni vraiment bio, ni vraiment en circuit court ni vraiment bon marché. Elle est la négation de la consom'action citoyenne qui engage un « amapien » à un producteur.

Pour finir, en comparant la charte des Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne¹⁷ à celle proposée par Equanum sur son site¹⁸, on se demande en quoi cette dernière est engagée, sociale, citoyenne et solidaire...

Olivier et Sophia Lamri

¹⁵ Bottollier-Depois François, Fiche initiative HEC : « La Ruche Qui Dit Oui ! » – Janvier 2012 Observatoire du Management Alternatif

¹⁶ Valeurs Mutualistes N° 291 juillet/août 2014 page 8

¹⁷ www.reseau-amap.org/docs/chartedesamap.PDF

¹⁸ www.laruchequiditoui.fr/