

Fralib : "Plus on promet la lune, plus on expose aux déconvenues"

Créé le 31-08-2012 à 16h47 - Mis à jour à 18h04

Par [Louis Morice](#)

Alors que l'Etat menace Unilever de l'obliger à céder la marque Eléphant, le groupe menace la France d'un désinvestissement. Henri-José Legrand analyse le bras de fer. Interview.

En pleine campagne électorale, François Hollande s'était emparé du dossier Fralib. (Anne-Christine Pujoulat - AFP)

Une délégation de Fralib est venue plaider sa cause à l'Elysée vendredi 31 août. Les salariés ont renouvelé leur demande d'intervention du gouvernement pour que la marque Eléphant leur soit cédée. En pleine campagne électorale, [François Hollande](#) s'était emparé du dossier Fralib. En février, lors d'un meeting de soutien aux salariés sur le site de Gémenos dans les Bouches-du-Rhône, il avait fait cette déclaration en forme d'engagement : "Il faut que cette marque qui est la vôtre puisse être cédée gratuitement". Mais pour Unilever, propriétaire de la fameuse marque Eléphant, cet abandon est tout simplement hors de question. Et face aux pressions de la France, le groupe anglo-néerlandais a averti le gouvernement : "Si la France ne respecte pas ses lois, cela fera peser un risque sur les investissements en France".

Avocat au Barreau de Paris, Henri-José Legrand porte un regard extérieur sur ce bras de fer. Son cabinet s'occupe principalement de conseil et d'assistance contentieuse aux syndicats et comités d'entreprise de tous secteurs d'activités, notamment lors des processus de restructuration des entreprises.

Quels sont les éléments de pression dont peut disposer le gouvernement dans ce conflit ?

- Les pouvoirs publics n'ont aucun moyen d'imposer à une société de céder sa marque. C'est tout à fait clair. Je suis très perplexe. Non pas devant la revendication qui, elle, est judicieuse : il ne sert effectivement à rien de posséder les murs et les machines sans les débouchés. Mais c'est bien la marque qui est le signe de reconnaissance. C'est elle qui permet d'assurer la commercialisation. Unilever ne va pas abandonner la production et la commercialisation de ce qui correspond à la marque Eléphant.

Comment François Hollande peut-il sortir de cette impasse ?

- Plus on promet la lune plus, plus on expose ceux à qui on a fait miroiter la lune à des déconvenues, des frustrations, de la rancœur. Je ne connais aucun élément de pression possible dans ce dossier. Cela met d'ailleurs en évidence les limites d'un projet du groupe socialiste au moment des élections. Lorsqu'une entreprise veut fermer un site, il s'agit de permettre la saisine du tribunal du commerce. Ce dernier pourrait chercher un repreneur, comme en cas de procédure collective. Et le tribunal serait en droit d'imposer la cession. Quand il s'agit des facteurs matériels de production, c'est concevable.

Mais ce projet n'est pas complètement pensé. Envisager une telle démarche ne se conçoit pas sans imaginer les manœuvres de contournement qu'elle peut susciter : pour fermer un site, il suffirait à l'entreprise de filialiser le site en question et ensuite, de mettre cette filiale en dépôt de bilan.

Faut-il prendre au sérieux le chantage au désinvestissement d'Unilever ?

- Qu'Unilever fasse cette menace, ce n'est pas farfelu. Il faut que la France soit beaucoup plus attentive aux effets induits, aux retours de manivelles que peuvent provoquer de trop grandes difficultés opposées à des entreprises dans leurs initiatives de redéploiement.

Que penser du projet de Scop des salariés de Fralib ?

- Je n'en sais rien, je ne suis pas en mesure d'apprécier. Mais j'ai quand même tendance à être sceptique quant à la pérennité d'une Scop sur les décombres d'une entreprise qui allait fermer. Il

vaut mieux que les salariés reprennent des entreprises qui ont du potentiel et qui sont plutôt prospères.

A ce stade, quelle peut être la sortie de crise ?

- Sans connaître le dossier, ce qui m'intéresse, c'est l'avenir des salariés. Et leur avenir professionnel ne dépend pas exclusivement de l'avenir de cette usine. Une entreprise donnée n'a pas existé de tout temps. Elle a été créée, elle peut aussi cesser. Ce qui est important, c'est plus les créations que les cessations. Et dans les cessations, c'est plus le soin apporté et les moyens déployés pour offrir aux salariés un avenir professionnel que de s'accrocher de toute force au passé. Ce point de vue est sans doute très iconoclaste mais j'ai eu malheureusement beaucoup d'expérience de ce genre de choses. Il est beaucoup plus fécond de travailler à la mobilisation des moyens pour assurer l'avenir des salariés que d'entreprendre des actions de résistance à tout crin pour la sauvegarde de ce qui n'est généralement qu'un site.