

CR expérience du Déodat Réunion du 15/06/2016 à Epinal

Le Déodat est né en Déodatie à l'initiative d'un groupe de citoyens 'alternatifs', qui ont passé un an à travailler dessus. Il a été lancé le 24 septembre 2011 à l'occasion du FAL (Forum des Alternatives Locales) qui avait eu beaucoup de succès à l'époque.

Une association a été créée pour sa gestion : REDD. Elle est dorénavant close.

Déodat = 1€. L'équivalent de 105 000€ ont été édités en billets de 1, 5 et 10 déodats. Le Déodat était un monnaie fondante, qui perdait 2 % tous les 6 mois.

Le budget global de l'opération a été d'environ 1000€ pour l'impression des billets, des vignettes et des flyers de comm. Il y avait eu un emprunt à taux 0, prêt solidaire obtenu auprès de la Maison de la Citoyenneté Mondiale, les cotisations des membres (10€) et des entreprises (25€) et un don de 100€.

Deux comptes ont été ouverts à la NEF via le Cr. Coop de Nancy :

- un compte de fonctionnement
- un compte de garantie

Des collectivités et des commerçants avaient été rencontrés, mais avec une écoute polie, sans véritable intérêt.

Après un réel engouement pour la chose, l'équipe de bénévoles s'est épuisée et il a été impossible de créer un véritable réseau de commerçants et d'entreprises. Seuls les alternatifs du coin ont joué le jeu et le déodat s'est un peu balladé pendant 2 ans, puis ça s'est essouffé tout seul. Il aurait fallu une équipe qui prenne le relais des créateurs pour vraiment faire décoller cette nouvelle monnaie.

Les conseils de Xavier, trésorier de l'association REDD et membre de l'équipe de création :

- Ne pas reprendre le Déodat, qui véhicule maintenant une image négative
- Prendre le temps de bien tout réfléchir avant de lancer la monnaie. Un an pour le Déodat, ce n'était manifestement pas assez ...
- Ne pas faire une monnaie fondante de suite. Le prévoir dans les statuts pour la suite éventuellement, mais cela effraie les commerçants, artisans et entreprises qui du coup ne souhaitent pas s'investir (surtout en milieu rural, auprès de gens qui connaissent très mal le sujet). Ils ont du mal à en comprendre l'intérêt.
- Travailler énormément sur la communication, et d'abord créer un réseau, sinon c'est voué à l'échec.
- Idem pour la Charte des commerçants et entreprises : ne pas être trop exigeant au départ sur les conditions d'adhésion. Donner une image trop militante peut éloigner au lieu de fédérer. Mieux vaut créer d'abord un réseau, puis travailler ensuite sur l'éthique en lien directement avec les personnes et les entreprises adhérentes.
- Etre en lien avec les élus dès le départ. Les Pays (qui apparemment vont être au nombre de 4 en 2017 sur le département des Vosges) paraissent être une bonne échelle. A savoir : dans chaque Pays est censé exister un Conseil de développement (CODEV), structure animée par des citoyens qui proposent des actions à réaliser sur le territoire. Les propositions émises sont alors soumises au Conseil Syndical (Conseil des élus du Pays), qui, s'il décide de soutenir, peut aider à trouver des financements, Leader par exemple, ou autres moyens d'action.
- Recruter un ou des salariés pour le lancement et la gestion de la monnaie pour l'asseoir sur le long terme et obtenir une pérennité.

Anne Burgeot