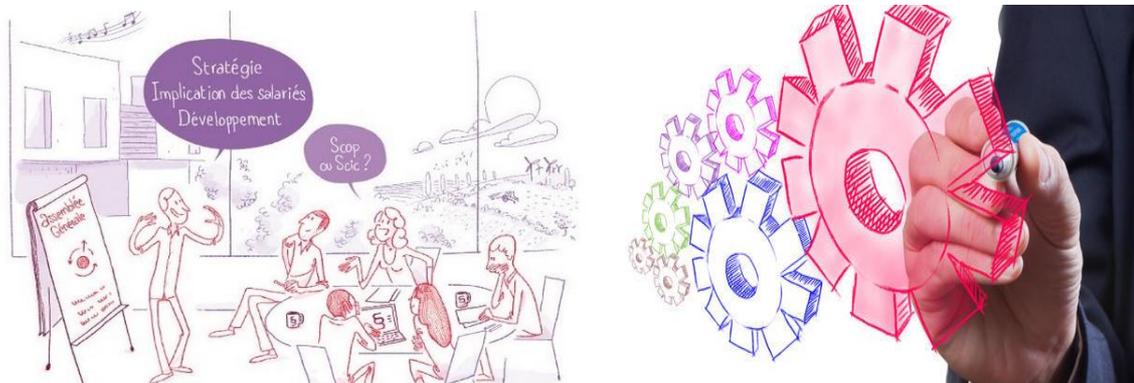


Conservatoire National des Arts et Métiers

Ecole Management et Société

Département Management – Innovation – Prospective



Projet Managérial

Titre RNCP niveau 2 « Responsable Commercial et Mercatique »

Master « droit, économie et gestion mention commerce marketing spécialité Vente et Distribution » - 1^{ère} année

Auditeur : Mme Justine Jésuspret

Le 28 mai 2017

Comment développer une communication efficace auprès des adhérents (Scop et Scic du Grand Est) pour que ces derniers deviennent des ambassadeurs du Mouvement et contribuent à son développement en région ?



Sous la direction de M. CAPPELO

Tuteur entreprise : Mme Marie-Madeleine MAUCOURT

le **cnam**
Grand Est

le**scop**
SOCIÉTÉS COOPÉRATIVES
ET PARTICIPATIVES
GRAND EST

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier toutes les personnes, qui grâce à leur implication, m'ont permis de rédiger ce mémoire dans le cadre de ma première année de master.

D'une part, je tiens à remercier ma tutrice en entreprise Madame Marie-Madeleine MAUCOURT, Directrice Régionale, et Monsieur Hervé MARESCHAL, Président, qui m'ont donné l'opportunité de réaliser mon master 1 en alternance au sein de l'association Union Régionale des Scop de l'Est (URSCOP Est) au poste de chargée de communication. Je les remercie pour leur implication et leur aide dans la mise en place des missions qui m'ont été conférées.

D'autre part, je remercie Monsieur Eric CAPELLO, mon tuteur universitaire, pour ses recommandations et son intérêt quant à la rédaction de ce mémoire.

Par ailleurs, je souhaite remercier l'ensemble de l'équipe pédagogique du CNAM de Metz pour les nouvelles connaissances et compétences qui m'ont été enseignées dans le cadre de cette formation.

Enfin, je remercie l'ensemble de l'équipe de l'URSCOP Est et ses administrateurs pour leur accueil et leur soutien dans la mise en place de ce projet ainsi que pour le temps qui m'a été consacré pour me former au poste de chargée de communication.

SOMMAIRE

SOMMAIRE	1
INTRODUCTION	2
MEMOIRE	4
1. Etudes documentaires et ad hoc sur le Mouvement Coopératif	5
1.1. Présentation et poids du Mouvement Coopératif	5
1.2. Fonctionnement et Poids du Mouvement des Scop.....	18
1.3. L'Union Régionale des Scop de l'Est.....	32
2. Analyse et Diagnostic de la situation	38
2.1. Analyse de l'environnement interne de l'URSCOP Est	39
2.2. Analyse de l'environnement externe de l'URSCOP Est.....	48
2.3. Diagnostic : Matrice SWOT	53
2.4. Rappel de la problématique dans son contexte	56
3. Plan d'actions de communication	58
3.1. Bilan sur les outils et supports de communication déjà mis en place	59
3.2. Accueil du Congrès National et organisation du Village Coopératif.....	60
3.3. Plan de communication.....	61
CONCLUSION	77
SYNTHESE	78
Bibliographie - Webographie	80
TABLE DES MATIERES	81
ANNEXES	84
TABLE DES ANNEXES	85

INTRODUCTION

Les sociétés coopératives et participatives sont des sociétés commerciales qui répondent à des principes coopératifs comme le principe d'une personne égale une voix quelque soit son apport en capital ou encore l'implication dans la gestion de l'entreprise.

Les Scop sont à un tournant de leur histoire : à peine reconnues, de nouvelles formes coopératives ont émergé à leurs côtés (Scic, CAE...). La loi Économie Sociale et Solidaire reconnaît les acteurs et les dynamise, reconfigurant la place de chacun, tandis que d'autres types d'entreprises, dites sociales, se développent, et que d'autres formes de travail, autour du vocable d'économie collaborative, émergent, rencontrant un succès d'estime croissant. Dans ce contexte, les adhérents historiques du mouvement coopératif sont challengés, et les nouveaux doivent trouver leur place. L'idéal coopératif se transforme et le militantisme tend à s'essouffler.

Face à l'ensemble de ces changements, fort de sa place aujourd'hui, mais conscient des défis qui sont les siens, le mouvement Scop a réfléchi à son plan de développement 2016-2020, lors de son Congrès 2016.

L'Union Régionale des Scop du Grand Est se doit d'asseoir ce développement à son échelle. Grâce à l'impulsion du congrès, elle est entrée dans une dynamique nouvelle dans laquelle les adhérents souhaitent davantage se rencontrer, échanger.

Dans cet écrit, nous allons aborder la notion de communication institutionnelle, que l'on appelle aussi « communication corporate » ou encore « communication d'entreprise ». Son discours porte sur l'entreprise elle-même (ici l'association Union Régionale des Scop de l'Est), les Scop et Scic du Grand Est et plus ouvertement sur le Mouvement des Scop. Cette communication vise à faire connaître ses performances économiques, financières, sociales, ses métiers, ses missions, ses valeurs, principes, engagements ou encore sa culture. L'objectif de communiquer ainsi est de créer une identité forte, de valoriser l'image du mouvement et de ses adhérents pour susciter l'intérêt et l'adhésion du plus grand nombre. L'organisation se place au centre de cette communication. Les cibles de ce type de communications sont diverses, elles peuvent être :

- Le grand public, des catégories précises d'individus (ex : adhérents, porteurs de projet potentiels) dans le but de se faire connaître et apprécier ;
- Les citoyens pour montrer l'implication de l'organisation dans la vie sociale ;

- Les partenaires de l'entreprise (partenaires institutionnels, banques, etc.) pour instaurer une relation de confiance.

Une problématique quant à la mise en place d'une telle stratégie de communication s'impose à l'UR.

Je vous propose de réfléchir à la mise en place d'une telle communication au sein d'un réseau déjà bien ancré sur le territoire Grand Est dans ce mémoire. Dans une première partie, nous explorerons le mouvement coopératif dans sa globalité via des études, le mouvement des Scop puis l'Union Régionale des Scop. Dans une seconde partie, nous ferons une analyse stratégique de l'UR et de son environnement. Enfin, nous exposerons un plan de communication avec les actions qui en découlent pour répondre à cette problématique.

MEMOI RE

1. Etudes documentaires et ad hoc sur le Mouvement Coopératif

1.1. Présentation et poids du Mouvement Coopératif

1.1.1. Origines de la coopération en France

1.1.1.1. Origines et cadre de la coopération

Le Mouvement des Scop, Sociétés Coopératives et Participatives, fait partie de la grande famille du Mouvement Coopératif. André Martin¹ a rédigé un essai sur l'histoire du modèle coopératif en rappelant sa définition, ses origines, ses valeurs et principes : "Les entreprises coopératives sont des organisations économiques et sociales originales. Elles ont pris naissance et se sont développées dans la première moitié du XIXe siècle, période de grande misère ouvrière causée en grande partie par le capitalisme organisé. Elles se sont constituées sous la pression du socialisme associationniste et, quelquefois, sous l'impulsion d'un christianisme découvrant ses responsabilités sociales. "

"Le mouvement coopératif est animé par des valeurs et des principes qui sont ses propres conditions de réussite et des aspirations qu'il souhaite réaliser dans le domaine économique. Sa prémisse de base est le respect et la valorisation de la personne humaine, comme être de liberté qui conduit à l'égalité reconnue des hommes. Il fait la promotion de l'autodétermination et du sens de la responsabilité, indispensables pour que les coopérateurs puissent assumer leurs tâches d'entrepreneurs. Il exige également la solidarité (une action commune vers un but commun) et l'équité (notion de justice dans les échanges, la distribution des biens et la perception des trop-perçus). La coopérative est donc une association de personnes régie par un pouvoir démocratique des membres, qui sont copropriétaires de leur entreprise."

1.1.1.2. Champ de l'Economie Sociale et Solidaire

Le mouvement coopératif s'inscrit lui-même dans le champ de l'Economie Sociale et Solidaire. Défini dans l'Atlas commenté de l'Economie Sociale et Solidaire 2014, le terme « économie sociale et solidaire » regroupe « l'ensemble des organisations et des entreprises

¹ André Martin : Professeur de philosophie spécialisé dans l'étude de la coopération à l'Université de Sherbrooke et Directeur adjoint de l'Institut de Recherche et d'Education pour les coopératives et mutuelles (IRECUS).

sous statut juridique de coopérative, mutuelle, association et fondation de France. Plusieurs principes communs, reposant sur des valeurs de solidarité, de liberté et d'égalité, les regroupent :

- La personne et l'objet social priment sur le capital ;
- La gestion est collective, démocratique et participative ;
- La lucrativité est absente ou limitée. »

L'économie sociale et solidaire (ESS) a un poids important dans l'économie française avec 8,8% des entreprises françaises, 9,5% des établissements (223 000 établissements) et 10,3% de l'emploi salarié (2,3 millions de salariés)². En France, plus d'une entreprise de 50 salariés sur cinq relève de l'ESS. L'ESS reste un champ créateur d'entreprises et pourvoyeur d'emplois malgré le contexte économique morose du fait de la crise financière et économique de 2008 qui a principalement affecté les entreprises et l'emploi du reste du secteur privé. Adoptée le 31 juillet 2014, la loi relative à l'ESS encadre le champ d'action des entreprises sociales et solidaires en encourageant un changement d'échelle de l'ESS, fondé sur une stratégie de croissance affûtée, donnant aux salariés le pouvoir d'agir tout en soutenant le développement durable local. Ci-dessous les objectifs de la loi :



² Source Observatoire National de l'ESS – CNCRES d'après INSEE CLAP 2008-2011.

Trois nouveaux décrets sont entrés en vigueur au 1^{er} janvier 2016 pour donner une dimension complémentaire à l'application de la loi ESS, notamment en ouvrant l'agrément « entreprise sociale et solidaire » à de nouvelles familles d'entreprises de l'ESS en plus des familles historiques (coopératives, mutuelles et associations). Ce qui par conséquent développe davantage le potentiel de création d'emplois et d'entreprises du champ de l'ESS.

1.1.2. Législation et Principes de la coopérative

Les premières sociétés coopératives se sont développées à partir des années 1830 en France en se fondant sur des principes qui sont toujours d'actualité aujourd'hui. Les principes coopératifs énoncés dans la Déclaration sur l'Identité Internationale des Coopératives de 1895³ représentent les lignes directrices de la mise en place des valeurs des coopératives. La rédaction de ces principes reconnus mondialement a été une source d'inspiration en France pour la loi de 1947 portant sur le statut de la coopération qui fut par la suite modifiée par la loi du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire. La loi encadre les spécificités du modèle de l'entreprise coopérative, basée sur des principes et valeurs de démocratie, responsabilité, transparence, pérennité, solidarité, proximité et de service.

1.1.2.1. Les valeurs et principes d'une coopérative

Coop FR ⁴a énoncé 7 valeurs coopératives du mouvement coopératif français en 2010, qui sont :

- Démocratie : élection du dirigeant démocratiquement, selon le principe une personne = une voix.
- Solidarité : « La coopérative et ses membres sont solidaires entre eux et envers la communauté. »
- Responsabilité : Tous les membres, associés ou élus, sont responsables de la coopérative.

³ Déclaration sur l'Identité Internationale des Coopératives de 1895 rédigée par l'Alliance Coopérative Internationale et révisée en 1995.

⁴ Coop FR : Structure de regroupement et de promotion de toutes les coopératives de France dans la diversité de leurs champs d'intervention et de leurs statuts juridiques.



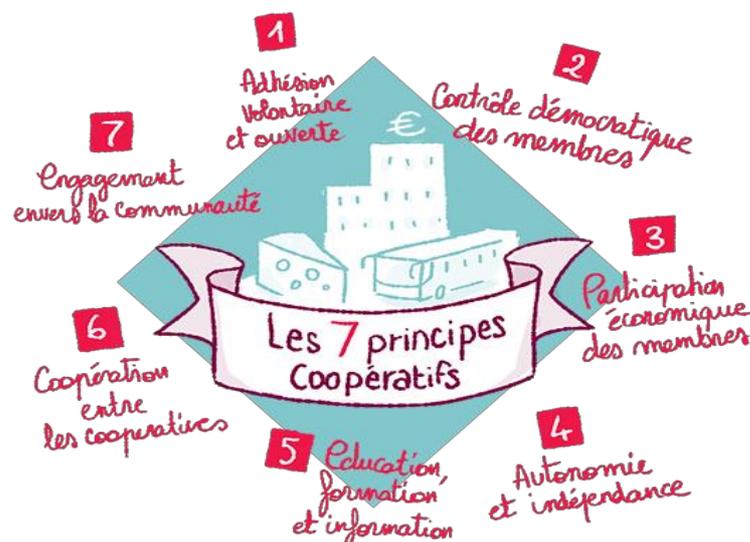
- Pérennité : « La coopérative est un outil au service des générations présentes et futures. »
- Transparence : La coopérative se veut transparente envers ses membres et la communauté.
- Proximité : « La coopérative contribue au développement régional et à

l’ancrage territorial. »

- Service : « La coopérative fournit des services et produits dans l’intérêt de l’ensemble de ses membres en vue de satisfaire leurs besoins économiques et sociaux. »

L’Alliance Coopérative Internationale a énuméré les principes suivants dans la Déclaration sur l’Identité Internationale des Coopératives revue en 1995 :

- 1^{er} Principe : Adhésion volontaire et ouverte à tous ;
- 2^{ème} Principe : Pouvoir démocratique exercé par les membres ;
- 3^{ème} Principe : Participation économique des membres ;
- 4^{ème} Principe : Autonomie et indépendance ;
- 5^{ème} Principe : Education, formation et information ;
- 6^{ème} Principe : Coopération entre les coopératives ;
- 7^{ème} Principe : Engagement vers la communauté.



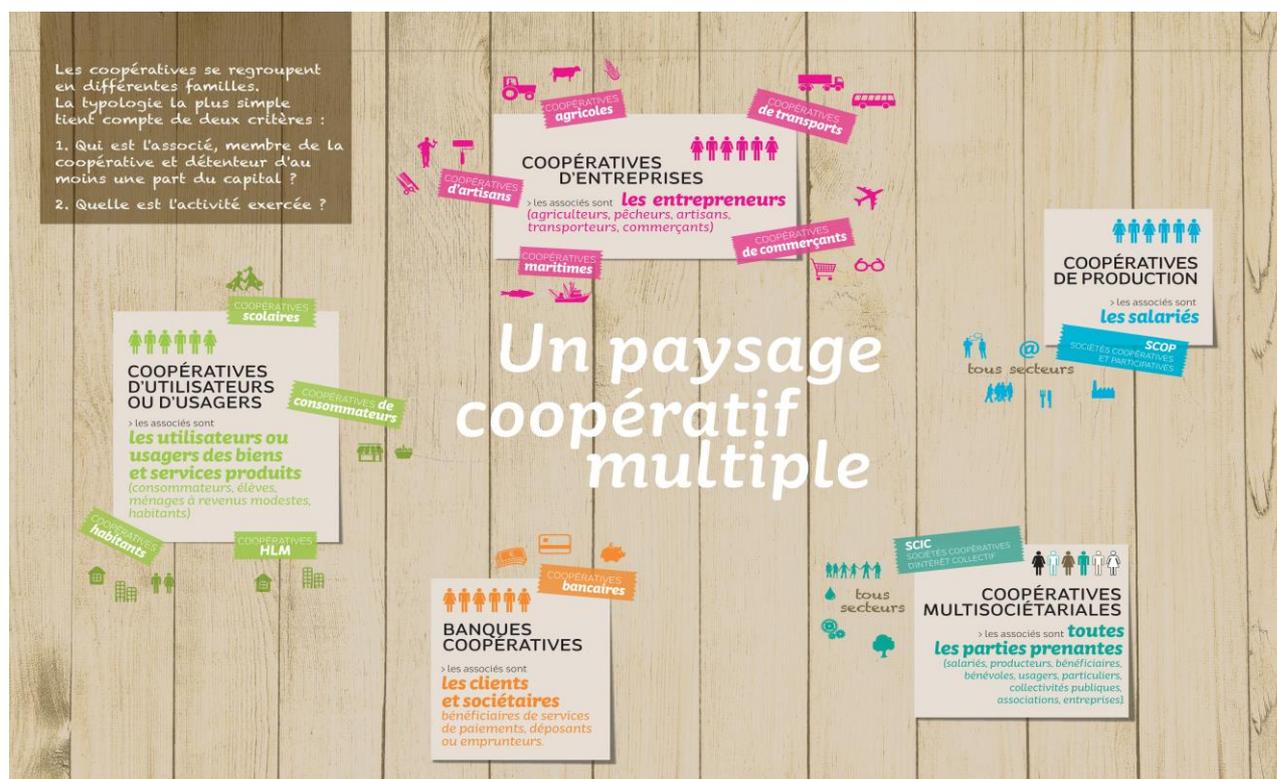
1.1.2.2. Définition de la coopérative

Une coopérative peut être définie comme étant « une société constituée par plusieurs personnes volontairement réunies en vue de satisfaire à leurs besoins économiques ou sociaux par leur effort commun et la mise en place des moyens nécessaires. Elle exerce son activité dans toutes les branches de l'activité humaine et respecte les principes suivants : une adhésion volontaire et ouverte à tous, une gouvernance démocratique, la participation économique de ses membres, la formation desdits membres et la coopération avec les autres coopératives. Sauf dispositions spéciales à certaines catégories de coopératives, chaque membre coopérateur dénommé, selon le cas « associé » ou « sociétaire », dispose d'une voix à l'assemblée générale. Les excédents de la coopérative sont prioritairement mis en réserve pour assurer son développement et celui de ses membres, sous réserve de l'article 16. » Toutes les coopératives sont soumises à cette définition.

1.1.3. Le paysage coopératif

1.1.3.1. Les typologies de coopérative

Le mouvement coopératif représente un paysage varié en regroupant différentes typologies de coopératives en fonction du type de personne associée à la coopérative et de l'activité de celle-ci :



Nous retrouvons les types de coopérative suivants :

- des coopératives d'entreprises dont les associés sont des entrepreneurs (par exemple : les coopératives agricoles) ;
- des coopératives de production ou de salariés dont les associés sont des salariés (par exemple : les Scop) ;
- des coopératives multisociétariales dont les associés regroupent toutes les parties prenantes (par exemple : les bénéficiaires, les collectivités territoriales, etc.) ;
- des coopératives bancaires dont les associés sont les clients et les sociétaires (exemple de banque coopérative : la Banque Populaire) ;
- des coopératives d'usagers ou d'utilisateurs dont les associés sont des utilisateurs de produits et services (par exemple : les coopératives de consommateurs ou les coopératives HLM).

1.1.3.2. Les chiffres clés de la coopération en France⁵

En 2014, les coopératives françaises tous types confondus sont au nombre de 22 517 et avoisinent les 26 106 829 sociétaires et plus de 1 217 466 salariés. Les coopératives contribuent à l'activité économique française en réalisant des performances économiques. En effet, malgré un contexte économique morose contextualisé par une faible croissance, une réduction des investissements et une baisse du pouvoir d'achat, les coopératives se sont pérennisées et ont continué à se développer entre 2004 et 2014 avec une évolution de plus de 135% du chiffre d'affaires cumulé des entreprises coopératives françaises en 10 ans. Les nombres de sociétaires et de salariés ont augmenté parallèlement au chiffre d'affaires respectivement de +6% et de +0,3% entre 2012 et 2014. En valeur absolue, la part des salariés augmente de près de 13% mais cela est dû à une modification du



⁵ Chiffres extraits du Panorama 2016 de Coop FR. Source : données statistiques INSEE – Tableau de L'Economie Française édition 2015.

périmètre des coopératives d'artisans entre 2012 et 2014. La part des salariés travaillant dans une coopérative représente 5,1% de l'emploi salarié et connaît une hausse constante depuis 2008. Cependant, le nombre d'entreprises coopératives a connu une légère baisse de 3% depuis 2012 en grande partie due aux fusions et regroupements de coopératives agricoles. Aujourd'hui, 22 517 coopératives françaises sont en activité, réalisant un chiffre d'affaires cumulé de plus de 307 milliards d'euros, soit une hausse de 0,3% par rapport à 2012. Ces précédents chiffres confirment le développement des coopératives françaises et notamment leur progression régulière depuis une dizaine d'années.

1.1.3.3. Top 100 des entreprises coopératives



Les coopératives présentes dans le Top 100 des entreprises coopératives exercent leur activité dans plus de 26 secteurs d'activité différents. En effet, une coopérative est un mode d'entreprendre différent, partageant des principes et valeurs communs, qui s'applique dans la quasi-totalité des domaines d'activité (agriculture, commerce, artisanat, banque, industrie, etc.). Parmi les entreprises coopératives présentes sur le Top 100, nombreuses sont des références dans leur domaine de prédilection et sur

leur marché en France comme à l'International. Pour ne pas les citer :

- Dans le domaine de l'agro-alimentaire, 5 groupes coopératifs sont présents dans le Top 15 des entreprises françaises de l'agro-alimentaire : TERRENA, TEREOS, SODIAAL, VIVESCIA et AGRIAL ;
- Dans le secteur de la distribution, 2 groupes coopératifs apparaissent dans le Top 6 des entreprises françaises de ce domaines : le groupe LECLERC qui détient la 4^{ème} place et SYSTEME U qui apparaît à la 6^{ème} place ;
- Dans le secteur bancaire, le Top 5 des banques françaises compte 3 groupes coopératifs qui sont : le CREDIT AGRICOLE, le groupe BPCE et le CREDIT MUTUEL.
- Parmi les coopératives de commerçants, de nombreuses enseignes sont également reconnues comme : Le groupe INTERSPORT qui est le 1^{er} distributeur mondial

d'articles de sport, BIOCOOP qui est le 1^{er} réseau de magasins bio en France, GADOL OPTIC 2000 qui est le 1^{er} groupe d'optique français en termes de chiffre d'affaires ou encore SELECTOUR AFAT qui est le 1^{er} réseau d'agences de voyage indépendantes français.

- Parmi les Scop (Sociétés Coopératives et Participatives qui sont des coopératives de production), nous comptons le Groupe Up (anciennement Groupe Chèque Déjeuner) qui est le N°3 mondial sur le marché des titres de service et la Scop Acome qui est le 1^{er} fabricant européen de câbles et fils automobile de haute technicité et 2nd fabricant européen de fibres optiques.

Ainsi, les coopératives du Top 100 détiennent plus de 320 marques et enseignes allant du secteur alimentaire à l'hôtellerie en passant par le commerce (optique, articles de sport, bricolage, etc.) et pèsent près de 240 milliards d'euros de chiffre d'affaires cumulé. En 2016, les entreprises coopératives présentes dans le Top 100 comptent plus de 25 millions de sociétaires et 911 439 salariés. Neuf coopératives, essentiellement des banques coopératives et des coopératives de consommateurs, sont centenaires et plus alors que l'ancienneté moyenne est de 50 ans d'existence.

1.1.4. Coopération, innovation et ancrage territorial

1.1.4.1. Le modèle coopératif : une réponse à la conjoncture actuelle

Le modèle coopératif répond aux problématiques économiques et sociales actuelles. En effet, il permet la coopération entre les membres, qu'ils soient sociétaires, salariés, administrateurs ou bénévoles, dans tous types de coopératives confondus grâce à son mode de gouvernance démocratique. Par exemple dans une coopérative agricole, les agriculteurs associés peuvent mutualiser leurs moyens en investissant collectivement dans une stratégie marketing et communication commune pour répondre au mieux aux attentes des consommateurs et faire face ensemble à la concurrence et à la volatilité des marchés de matières premières agricoles.

Dans une coopérative de salariés, une Scop, nous pouvons constater cette même coopération grâce à la gouvernance démocratique qui donne à chaque salarié-associé une voix, indépendamment de son apport en capital, pour décider des orientations de développement de l'entreprise et élire le ou la gérant(e). Cette gestion participative permet

une bonne fluidité de l'information et de la communication des salariés et par conséquent leur forte implication dans la vie d'entreprise et donc un épanouissement du salarié au travail.

Les coopératives proposent un rapport original au travail qui reprend les notions de collectif, de partage, de mutualisation des coûts et des risques, autant d'avantages qui induisent un « mieux-être » et une vision moins incertaine du futur. Ce qui donne, aujourd'hui, une sonorité particulière au développement de l'économie collaborative.

1.1.4.2. Les coopératives, facteurs d'innovation

Les coopératives stimulent l'innovation sous toutes les formes :

- Par l'instauration d'une communauté de travail : avec l'exemple des Scic (Sociétés Coopératives d'Intérêt Collectif) qui associent toutes les parties prenantes, les forment et les font coopérer pour répondre collectivement à la demande des marchés. On parle d'intelligence collective ou encore d'innovation sociale ;
- Par la réponse aux besoins exprimés par les sociétaires : par exemple le soutien et la promotion de l'habitat participatif (coopératives HLM), la création de marques de distributeur dans les coopératives de consommateurs ;
- Par l'investissement collectif dans des domaines clés : par exemple dans la recherche et les filières d'avenir (agroalimentaires pour les coopératives agricoles), le financement de travaux d'économies d'énergie ou encore l'économie circulaire (production et consommation durables) ;
- Par la transmission des savoirs et l'essaimage des structures : par exemple avec la mise en place de commission jeunes pour innover sur les dispositifs d'accueil et d'accompagnement dans les coopératives agricoles ou encore la multiplication des incubateurs d'entreprises (start-up innovantes).

1.1.4.3. L'ancrage territorial des coopératives

Les coopératives valorisent le territoire et sont vecteurs de cohésion locale. En effet, elles participent à la détermination de l'identité d'un territoire, à son animation et par conséquent à son attractivité.



Siège social
des 100+ grandes
coopératives
73% hors
région parisienne

53
départements
différents

En 2014, 73% des sièges sociaux des 100 plus grandes coopératives sont implantés en région dans près de 53 départements différents. En témoigne l'exemple des Sociétés Coopératives d'Intérêt Collectif (Scic) avec leur modèle original de sociétariat qui associe des parties prenantes diverses dont bien souvent des collectivités territoriales (subventions accordées dans l'intérêt du développement du territoire). Ces interactions entre les différents acteurs d'un même territoire permettent de développer une économie de proximité, de développer l'attractivité du territoire et la solidarité puisque la structure est bien souvent créée pour être au service du territoire. Par exemple, la création de Scic est adaptée à la gestion de filière local d'intérêt public (énergie, transport, etc.) ou encore pour la gestion de lieux partagés (du type espace de coworking, maison des entrepreneurs, etc.). Assurément, les coopératives perçoivent le territoire comme une zone de chalandise dans le sens marchand mais également comme une population ayant des besoins et des attentes pour laquelle elles souhaitent augmenter la qualité de vie en proposant plus de choix, de qualité et en réduisant les imperfections du marché (mauvaise circulation de l'information, concurrence accrue, multiplication des intermédiaires, coûts des taux de marges, etc.). Ainsi, les coopératives ou groupements de coopératives ont préféré s'associer et coopérer plutôt que d'être mis en concurrence afin de prendre les meilleures décisions possibles pour leur territoire.

Nous pouvons également souligner l'exemple des coopératives agricoles, implantées dans des territoires ruraux, qui sont bien souvent les premiers employeurs de leur bassin d'emploi et créent l'activité économique de leur territoire puisqu'elles travaillent en interaction avec le tissu de producteurs locaux. Par conséquent, la dynamique d'investissement local s'organise en lien avec les parties prenantes (collectivités territoriales, banques, associations, etc.).

Les coopératives contribuent à la redistribution des richesses aux territoires sous forme d'investissements, d'impôts mais également sous forme de salaires versés (création

et maintien de l'emploi local). Cette redistribution est fortement représentée par les banques coopératives qui ont versées près de 75 milliards d'euros en taxes et impôts locaux. Par ailleurs, elles financent les crédits à l'économie nationale à hauteur de 66%. En effet, ces dernières ont une présence importante sur les territoires du fait de leur maillage géographique qui avoisinent les 20 000 agences en France. Elles se trouvent au cœur des territoires puisqu'elles sont en contact permanent avec les habitants, les entreprises, les réseaux associatifs et les collectivités locales.

Du fait du principe d'adhésion volontaire, les coopératives créent des liens sociaux qui ne sont pas strictement professionnels grâce à la mise en place d'un système d'engagement réciproque basé sur une relation de confiance. Lors des assemblées générales, les associés/sociétaires/administrateurs de tous horizons (exemple : salariés, élus locaux, chefs d'entreprises ou encore des habitants) votent les décisions stratégiques de la coopérative au niveau local. L'ensemble de ces sociétaires ont tous un intérêt commun : celui de défendre, développer et dynamiser leur territoire dans l'optique d'améliorer le cadre de vie des citoyens.

1.1.5. Les coopératives, face à de nouveaux défis

Implantées dans les territoires qu'elles dynamisent, les coopératives sont innovantes, durables et ont prouvé leurs capacités à s'adapter. Elles devront faire face à de nouveaux défis dans les années à venir avec des enjeux de prospective identifiables.

1.1.5.1. Défense, valorisation et transmission du modèle coopératif

Tout d'abord, l'internationalisation des échanges s'est soldée par une uniformisation des dispositifs législatifs et réglementaires notamment dans le cadre de l'Union Européenne. Ce qui impacte toutes les entreprises sans différenciation. C'est pourquoi les coopératives devront utiliser leur mode de fonctionnement novateur pour se différencier. L'un des enjeux les plus importants est de défendre les dispositions fiscales qui sont favorables au développement des coopératives et conditionnent la création de nouvelles sociétés.

Par ailleurs, il est nécessaire de penser à la transmission des entreprises coopératives et de leurs principes de gestion qui leur sont propres. Les dirigeants proches de la retraite

rencontrent des difficultés à trouver des repreneurs pour leur entreprise. Ils sont donc plus soucieux de savoir à qui ils vont la céder : la transmission de leur entreprise à leurs salariés semble une solution opportune de reprise car ce sont eux qui ont contribué à son développement.

En effet, les générations de jeunes entrepreneurs, comme celles à venir, sont à la recherche de nouvelles formes d'entreprendre plus centrées sur l'humain et non fondées uniquement sur la recherche du profit. Les jeunes souhaitent donner du sens à leur travail, être impliqués dans le fonctionnement et la gestion de leur entreprise : le mode coopératif peut leur apporter cette solution, il gagne à être davantage connu. L'éducation, la formation et la sensibilisation des jeunes et des professionnels à ce modèle apparaît comme un prérequis à ce développement.

1.1.5.2. Adaptation, accompagnement et aspiration au changement

Initialement adoptée par les coopératives d'entreprises, la fonction de production, d'achat ou encore de commercialisation va se développer davantage pour proposer un service plus complet et global à leurs adhérents notamment en leur proposant des services de fonctions supports du type formation ou comptabilité.

Cette tendance va s'accroître dans les coopératives artisanales avec l'émergence de ce qu'on appelle « économie de la fonctionnalité » qui vise à substituer la propriété de l'outil de production ou encore de l'espace de vente par la mutualisation de l'investissement. Cela permet de bénéficier des meilleurs outils et espaces en réduisant les coûts et en n'atteignant pas l'obsolescence dans la société de consommation actuelle.

Les Scop (coopératives dont les salariés sont associés) proposent une solution alternative en adéquation avec l'ascension d'une nouvelle approche du travail : celle de l'économie collaborative.

1.1.5.3. Développement de l'intercoopération et des logiques de regroupement

Chapotés par une tête de réseau nationale, des regroupements de coopératives se doivent de développer des stratégies de développement communes en mutualisant la partie

négociation avec leurs partenaires en amont (fournisseurs, banquiers) et de communication en aval (clients finaux) afin de rester compétitives grâce à leur effet de taille tout en restant indépendantes.

Bien que la mutualisation demeure un principe de fonctionnement de base chez les coopératives, l'intercoopération reste à développer largement. Les coopératives artisanales pourraient s'associer à des coopératives de fournisseurs pour s'approvisionner en matières premières de qualité et fiable. Les partenariats d'intercoopération avec d'autres entreprises de l'économie sociale et solidaire comme les mutuelles, les associations, les fondations et les autres types d'entreprises sociales, deviendront un des facteurs clés de succès en termes de rayonnement et de performance du modèle coopératif dans les années futures.

1.1.5.4. Développement international des coopératives

Le développement des coopératives à l'international, bien qu'il touche les secteurs d'activité de manière différente, aura tendance à s'accroître à certaines conditions dont :

- l'accroissement des coopérations,
- l'accompagnement aux changements,
- la mise en place de la stratégie de transmission.

L'agroalimentaire devient l'un des secteurs les plus stratégiques de l'économie mondiale. Les perspectives de développement pour les coopératives agricoles sont considérables. Elles se doivent de contribuer à élever la France au 1^{er} rang de puissance agricole européenne, place qu'elle occupait 5 ans auparavant (2011), en misant sur les enjeux de production durable et de qualité. La coopération agricole constitue une ambition nutritive avérée grâce :

- à la promotion de produits de qualité,
- à la cessation du nivèlement de l'offre par le bas,
- au maintien de la vitalité économique des zones rurales.

Ainsi, nous avons vu dans cette première partie de l'étude documentaire sur le mouvement coopératif dans sa globalité que les coopératives, tous types confondus, représentent un poids non négligeable mais souvent méconnu dans l'économie française.

De nombreuses opportunités de développement s'offrent aux coopératives mais elles doivent d'abord remplir des prérequis pour se développer qui sont principalement l'accompagnement aux changements, l'accroissement des coopérations, l'apprentissage du mode coopératif dans l'éducation et la transmission. Nous allons nous concentrer sur les coopératives de production, autrement appelées les Scop, Sociétés Coopératives et Participatives, en seconde partie.

1.2. Fonctionnement et Poids du Mouvement des Scop

1.2.1. Définitions et Principes des sociétés coopératives et participatives

Les sociétés coopératives et participatives désignent l'ensemble des entreprises ayant un statut Scop (Société coopérative de production ou Société coopérative et participative) ou Scic (Société coopérative d'intérêt collectif). La différence réside dans le statut juridique.

1.2.1.1. Les Sociétés Coopératives et Participatives (Scop)



Une Scop, Société Coopérative et Participative ou anciennement Société Coopérative Ouvrière de Production, est une société commerciale qui s'inscrit dans le champ concurrentiel avec les mêmes exigences de gestion et de rentabilité que toute entreprise classique. Sa spécificité lui permet d'associer pleinement les salariés à la réussite et à la pérennité de l'entreprise. La Scop est une coopérative de salariés.

Juridiquement, une Scop est une société coopérative de forme SA, SARL ou SAS dans laquelle les salariés sont associés majoritairement et détiennent au minimum 51% du capital social et 65% des droits de vote.



Dans une Scop, on peut avoir la double casquette : celle d'associé-salarié (principe N°1). Chaque associé, peu importe son apport en capital, possède une voix (principe N°2). Il peut donc contribuer à la stratégie de développement de son entreprise et se sent plus impliqué dans son fonctionnement. On dit souvent que les salariés issus de coopératives sont plus épanouis dans leur travail puisqu'il a du sens à leurs yeux du fait qu'ils soient associés et sont donc plus motivés. Le partage équitable des résultats contribue au bon fonctionnement et à la pérennisation de l'entreprise (principe N°3). Le partage équitable du profit se fait de la manière suivante :

- Part des salariés sous forme de participation ou d'intéressement,
- Part des salariés associés sous forme de dividendes,
- Part de l'entreprise sous forme de réserves.

Les bénéfices sont distribués entre les salariés, les autres associés et l'entreprise. En effet, le dernier principe repose sur la priorité à la pérennité de l'entreprise ce qui inclut une part de réserves impartageables (principe N°4) qui est généralement de l'ordre de 40 à 45% du résultat. Ces réserves impartageables vont contribuer tout au long du développement de la Scop en l'aidant à consolider ses fonds propres afin d'assurer sa pérennité. L'idée est donc de veiller avant tout au développement de la société pour que

son activité perdue pour les générations futures : dans une Scop, le projet est toujours réfléchi sur le long terme.

Nous pouvons dire que le statut juridique Scop est un statut en phase avec son époque. Le statut s'applique aux sociétés commerciales (SARL, SA ou SAS) présentes dans tous les domaines d'activité et a pour particularité d'associer les salariés à la réussite de l'entreprise. En effet, la Scop est la seule coopérative dont les membres associés sont des salariés. Dans les autres types de coopératives, par exemple les coopératives de consommateurs ou encore agricoles, les membres associés sont des consommateurs pour l'un et des agriculteurs pour l'autre qui mettent en commun leurs ressources. La Scop concerne les projets collectifs qui souhaitent privilégier une forte implication de chacun, multiplier les coopérations et synergies ainsi que de partager aussi bien les risques que les bénéfices. La société coopérative (Scop) est donc un modèle participatif par excellence, elle porte des valeurs et optimise l'efficacité économique : performante et opérationnelle, respectueuse des personnes et du travail accompli, responsabilisante, impliquante et durable dans le temps.

1.2.1.2. Les Sociétés Coopératives d'Intérêt Collectif (Scic)

Face à une volonté d'associer à la Scop des parties prenantes associées autres que les salariés, a été créé par la loi 2001-624 du 17 juillet 2001, le statut de la Scic : Société Coopérative d'Intérêt Collectif. « Les Scic ont pour objet la production et la fourniture de biens et de services d'intérêt collectif, qui présentent un caractère d'utilité sociale. » Article 19 quinquies – Loi du 10 septembre 1947 portant sur le statut de la coopération.



Tout d'abord, une Scic est une « Société » puisque c'est une société de personnes à forme commerciale de type SA, SAS ou SARL. Elle est inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés et soumise à l'impôt sur les sociétés. D'un point de vue juridique et commercial, la Scic est semblable à la Scop : elle fonctionne comme toute société soumise aux impératifs de bonne gestion et d'innovation. La décision pour une société ou une association de se transformer en

Scic ne provoque pas la création d'une nouvelle personne morale.

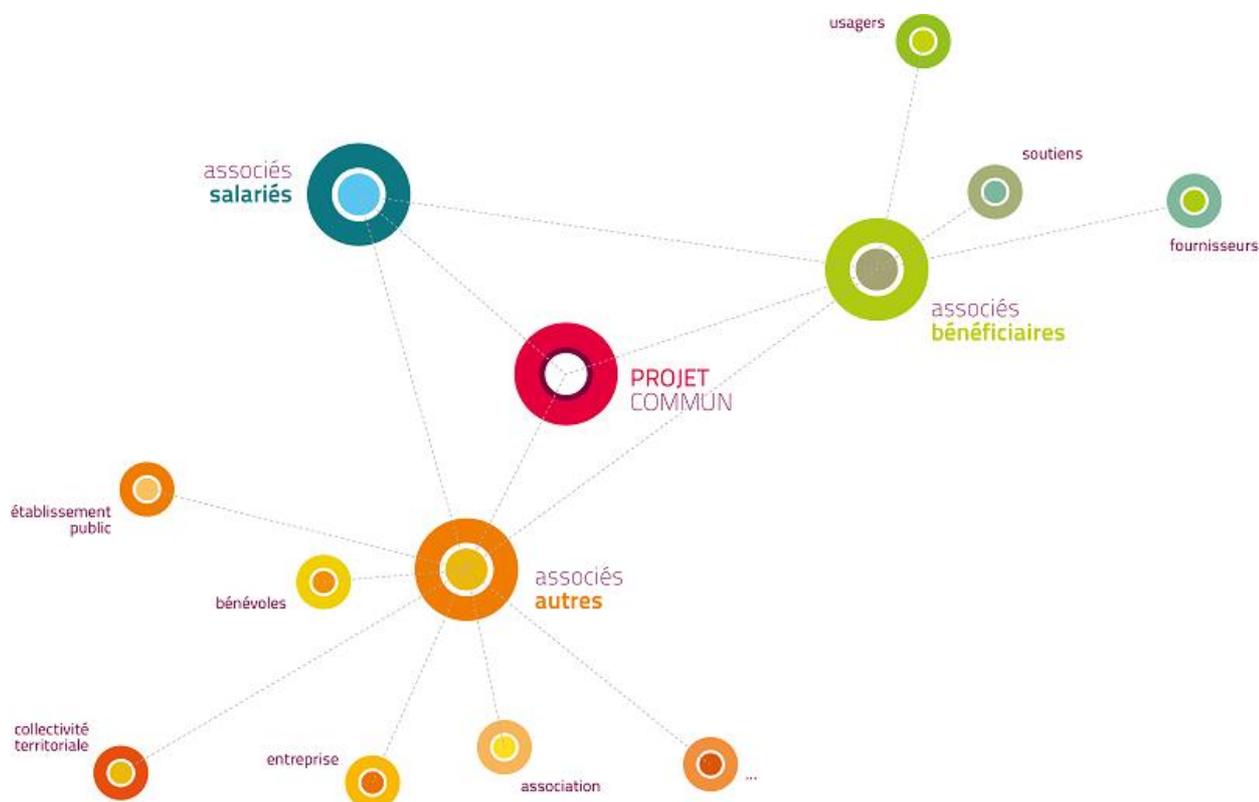
Ensuite, la Scic est une « Coopérative » puisqu'elle répond aux principes et valeurs de la coopérative qui sont :

- le fonctionnement démocratique en assemblée générale (AG) : une personne = une voix ;
- les statuts fixent la valeur nominale de la part sociale et le capital est variable (libre entrée et sortie de sociétaires) ;
- A chaque clôture de comptes, il y a une obligation de mettre en réserves impartageables 57,5% du résultat (nombre qui peut être révisé à la hausse en AG et porté jusqu'à 100%) ;
- La part du résultat affectée aux réserves impartageables est déductible de l'impôt sur les Sociétés (IS),
- La Scic est soumise à une révision quinquennale qui a pour but d'analyser l'évolution du projet coopératif à travers les comptes et les rapports annuels de gestion.

Enfin, la Scic est d'ordre « d'Intérêt Collectif » puisque s'organise autour d'une dynamique multi parties-prenantes avec un caractère d'utilité sociale. Les Scic sont généralement ancrées sur un territoire géographique ou au sein d'une communauté professionnelle ou encore dédiées à un public spécifique. La forme de la Scic peut couvrir tout type d'activité qui rend services à des organisations ou individus. Elle permet d'associer toute personne physique ou morale de droit privé ou de droit public autour d'un projet commun. Pour se constituer, une Scic doit obligatoirement associer :

- Des salariés (dans certains cas particuliers, ce sont des producteurs de biens ou services vendus par la Scic à la place des salariés) ;
- Des bénéficiaires qui peuvent être des clients, des bénévoles, des fournisseurs ou des collectifs de toute nature ;
- Un troisième type d'associé en fonction des ambitions de la coopérative qui peut regrouper des entreprises privées, des sociétés, des artisans, des associations, des exploitants agricoles, des financeurs, etc.
- Les collectivités territoriales, comprenant leurs groupements et établissements publics territoriaux, peuvent détenir jusqu'à 50% du capital d'une Scic.

Ci-dessous un graphique permettant de dissocier les trois types d'associés dans une Scic, leur nature et leur particularité.



Nous venons de définir le cadre des deux statuts juridiques, Scop et Scic, d'une société coopérative et participative. Cependant, il existe une autre forme : la coopérative de Loi 47.

1.2.1.3. La coopérative de Loi 47

La coopérative de Loi 47 est le statut de base de fonctionnement de tous les types de coopératives. Elle est régie par la loi N°47-1775 du 10 septembre 1947.

Ses éléments caractéristiques sont :

Le principe de double qualité : les détenteurs du capital (associés) sont aussi les bénéficiaires de la coopérative ;

La gestion démocratique selon le principe « 1 personne = 1 voix » ;

La réinjection dans l'entreprise d'une partie du résultat.

Elles peuvent exercer leur activité dans n'importe quel secteur. Elles ont en commun la contribution à satisfaire les besoins, la promotion d'activités économiques et sociales ainsi que la formation de leurs membres. Cependant, à la différence des Scop et Scic, il n'y a pas d'obligation de sociétariat salarié dans une coopérative de loi 47. En effet, chez les Scop et Scic, il y a un minimum de 2 salariés associés équivalent temps plein (2 ETP) à leur création. Ce statut est souvent choisi d'une part pour sa souplesse et d'autre part pour amorcer des projets d'entreprises coopératives.

1.2.1.1. La Coopérative d'Activité et d'Emploi (CAE)

Une Coopérative d'Activité et d'Emploi (CAE) est une Scop ou une Scic qui accueille et accompagne des porteurs de projet d'activité individuelle qui souhaitent tester et développer leur activité. La CAE, ayant un statut juridique Scop ou Scic, a les mêmes pratiques démocratiques. Elle propose un cadre juridique, économique, social et humain à tout ceux qui souhaitent créer leur propre activité et viabiliser leur projet. Les CAE sont donc des entreprises qui fonctionnent dans une logique entrepreneuriale : ce sont des entreprises généralistes le plus souvent (multi-activités) ou spécialisées (dans un domaine d'activité) dans lesquelles chaque entrepreneur est salarié. Professionnellement et économiquement, l'entrepreneur salarié est à la fois autonome et responsable de son futur économique tout en demeurant partie prenante d'une entreprise coopérative, collective et solidaire qui permet la mutualisation de connaissances et de compétences. Dans chaque CAE, une équipe permanente gère et anime la coopérative en assurant des formations et en accompagnant les porteurs de projet (administration, financier, etc.).

1.2.1.2. Comparatif entre une SARL classique et une Scop

Retrouvez le Tableau comparatif entre une SARL Classique et une SARL Scop dans la partie Annexe.

1.2.2. Histoire et Organisation du mouvement des Scop

1.2.2.1. Histoire du Mouvement des Scop

Au cours des trois premiers quarts du XIXe siècle, les ouvriers ont cherché à défendre leur droit au travail ainsi que leur autonomie. Dans ce contexte d'agitation, des associations ouvrières se sont créées de manière clandestine (ancêtre des syndicats) bien

que la loi Le Chapelier de 1791 interdisait leur formation. Les pensées des théoriciens et autres partisans utopistes ont largement contribué à faire émerger le mouvement dit de coopération de production en popularisant les idées de communauté et de démocratie. Parmi les plus célèbres, nous pouvons citer : Jean-Baptiste Godin, Charles Fourier, Saint-Simon ou encore Louis Blanc.

Parmi les dates clés qui ont contribué à la formation du Mouvement jusqu'à aujourd'hui, nous retrouvons en :

- **1831** : la formation du 1^{er} contrat « d'association des travailleurs » qui fut établi par des menuisiers ;
- **1884** : la naissance de la 1^{ère} Chambre consultative des associations ouvrières de production (ancêtre de la CG Scop) ;
- **1937** : La Chambre consultative devient la CG Scop ;
- **1947** : Loi Ramadier qui pose les principes et règles communes à toutes les coopératives ;
- **1978** : Loi spécifique sur les Scop ;
- **1987** : Décentralisation du Mouvement avec la structuration des UR ;
- **1992** : Loi modernisant la loi de 1947 ;
- **2001** : Loi sur le statut Scic ;
- **2011** : Loi Warsmann qui renforce l'attractivité des Scop et Scic ;
- **2014** : Loi cadre sur l'ESS.

Je vous invite à consulter « La Construction du Mouvement » en annexe 1 pour retrouver toutes les dates clés de la construction et de l'évolution du Mouvement des Scop.

1.2.2.2. Organisation du Mouvement des Scop

Le réseau accompagne les Scop dans toutes les étapes de leur création à leur développement. Ci-dessous son organigramme pour mieux comprendre comment il fonctionne :



La Confédération Générale des Scop (CG Scop) est la tête de réseau : elle assure la représentation du mouvement au national auprès des acteurs politiques, économiques et sociaux. Elle a pour mission d’animer, de coordonner et d’appuyer le réseau dans les domaines juridique, financier, communication, lobbying⁶, innovation, etc. Elle est composée d’une équipe de salariés permanents. Elle est dirigée par le Bureau de la Direction Nationale. La CG s’occupe entre autre de centraliser les cotisations nationales de ses adhérents.

Le président et le Bureau de la Direction Nationale (DN) est composé d’au minimum un vice-président, d’un trésorier et d’un secrétaire. Ils ont pour obligation de se réunir six fois par an et ont pour fonction de gérer la CG Scop, d’arrêter les comptes et de proposer des projets, budgets et actions pour le mouvement ainsi que de les évaluer.

La DN se rassemble au minimum trois fois par an et compte deux représentants de chaque Union Régionale dont le président, les présidents des fédérations de métiers, de Socoden (Société financière du Mouvement) et de l’Union Sociale (fonctionne comme un comité d’entreprises du mouvement avec des prestations sociales). La DN a pour mission de désigner le président confédéral et les membres du bureau, de veiller à la mise en œuvre

⁶ Le lobbying peut être défini comme un ensemble d’actions d’influence et de pression menées par un lobby pour défendre ses intérêts face à des institutions ou individus pouvant prendre des décisions qui pourrait l’affecter. Le plus souvent, il s’agit d’un ensemble d’actions liées à une stratégie d’influence qu’à une démarche réellement marketing (définition de <https://www.definitions-marketing.com/definition/lobbying/>).

des orientations votées au Congrès, d'arrêter les projets, actions et budgets ainsi que de les évaluer. Par ailleurs, elle examine les demandes d'admission et de radiation des Scop et Scic.

La Convention Nationale est composée des membres des conseils d'administration des UR, des fédérations de métiers, de Socoden et de l'Union Sociale. Elle est organisée en deux parties :

- elle se réunit en assemblée générale pour valider le rapport moral, financier et d'activité de la DN tous les ans ;
- elle se réunit lors de « l'Université » qui est pensée comme un temps d'échanges et de communication sur des réflexions extérieures.

Les Unions Régionales (UR) comptent des équipes de salariés permanents, un conseil d'administration propre et un bureau composés d'élus de Scop de la région (très souvent ce sont des dirigeants de Scop). Elles sont au nombre de 9 du fait de la réforme sur les régions (avant elles étaient au nombre de 13). Elles ont pour mission d'assurer le suivi des missions sur leur territoire. Elles sont en lien permanent avec la CG Scop notamment par le biais de commissions et groupes de travail pour développer ensemble le mouvement des Scop, faire de la coopération, du partage de bonnes pratiques et de la mutualisation. Certaines UR demandent une cotisation régionale à leurs adhérents. Les UR ont pour mission d'accompagner les porteurs de projet sur l'étude de la faisabilité économique du projet, la validation de l'organisation juridique et l'appui au montage du plan de financement. Les délégués des UR ont pour but d'accompagner les porteurs de projet, de les aider à monter leur projet, de suivre les coopératives tout au long de leur vie et de réaliser la révision coopérative.

Les Fédérations de métiers sont au nombre de trois : B.T.P, Communication et Industrie. Elles rassemblent chacune indépendamment des équipes de permanents en charge d'assurer le suivi des actions de sa fédération. Elles sont supervisées par un bureau et un conseil d'administration et sont composées d'élus de Scop et Scic de la profession.

Tous les quatre ans, se réunissent des congrès :

Tout d'abord, des congrès régionaux réunissant les adhérents de chaque Union Régionale : ils doivent valider les activités et comptes de l'UR, désigner les membres du conseil d'administration de l'UR et le second représentant régional à la DN ;

Ensuite, un congrès national qui réunit l'ensemble des coopératives adhérentes du Mouvement, représentées par des délégués (en fonction du nombre de salariés dans la structure) : ils ont pour mission de valider les rapports d'activités et financier, fixer la politique générale du mouvement et nommer les membres des commissions d'arbitrage et de contrôle.

1.2.3. Les chiffres clés des Scop et Scic en France

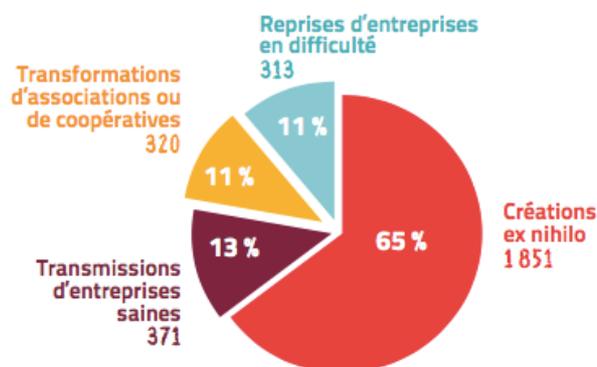
1.2.3.1. Poids économique des Scop et Scic

D'après une étude sur le poids des Scop et Scic en France en 2015 réalisée par la CG Scop, on note une large progression en termes de créations d'entreprises avec près de 319 nouvelles coopératives créées en 2015 sur le territoire français. A fin 2015, les Sociétés coopératives et participatives comptent 2 855 entreprises avec une progression de 6% en un an, emploient près de 51 500 salariés (+2%) et génèrent 4,5 milliards d'euros en termes de chiffre d'affaires cumulé (+3%). La progression des sociétés coopératives et participatives en 2015 (6%) a été plus soutenue que celle des sociétés françaises (4%). Le chiffre d'affaires cumulé des Scop et Scic a connu une progression de 3% par rapport à 2014 et de 11% par rapport à 2011.

1.2.3.2. Origines de créations des Scop et Scic

En 2015, cela représente 67 Scop supplémentaires par rapport à N-1, issues de la création de 187 entreprises et de la disparition de 120 sur la même période. Sur ce diagramme circulaire, on peut noter que la création ex-nihilo reste prédominante en 2015 avec 65% des entreprises du mouvement (+ 118 créations ex-nihilo en 2015). Le rythme de transmission saine reste stable avec 40 transmissions en Scop sur la période. En outre, 18 reprises d'entreprises et 11 transformations d'association ou autres types sont recensées à fin 2015. Les Scic totalisent 526 entreprises en décembre 2015 avec une croissance accélérée de +21% en un

SCOP ET SCIC PAR ORIGINE DE CRÉATION FIN 2015



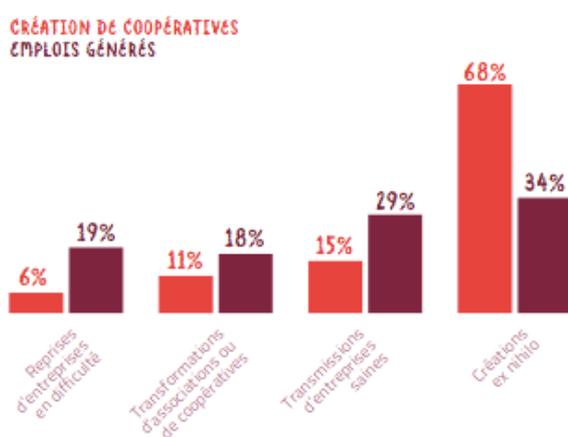
an et de +124% sur les quatre dernières années. Ainsi, 91 Scic viennent s'ajouter à la population française des coopératives multi sociétaires, issues de 128 créations de Scic et de 37 disparitions cette année-là. Près des ¾ des Scic proviennent de créations ex-nihilo. Une Scic sur cinq provient de transformations d'associations. Le poids des Scic issues de transmissions-reprises d'entreprises classiques représente 8%.

1.2.3.3. Créations de coopératives et emplois générés

On peut noter que l'emploi est en légère augmentation par rapport à 2014 avec 2,2% bien que ce taux soit inférieur au taux de croissance annuel qui est fixé à 3,2%. Nous sommes à 1576 emplois supplémentaires avec la création de nouvelles coopératives.

CRÉATIONS DE COOPÉRATIVES ET EMPLOIS GÉNÉRÉS

2015
RÉPARTITION PAR
ORIGINE DE CRÉATION



Sur ce diagramme, on peut voir que les types de créations les plus génératrices d'emplois sont :

- la création ex-nihilo du fait de son grand nombre mais ce sont souvent des coopératives à petit effectif qui sont créées ;
- la reprise d'entreprise en difficultés est génératrice d'emplois bien que cela concerne peu de créations ;
- la transmission d'entreprise saine est également génératrice

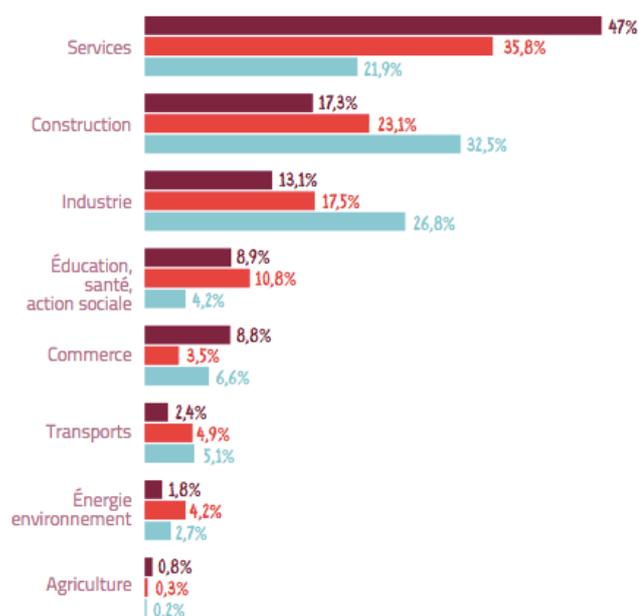
d'emplois.

Pour les deux dernières, cela est dû au fait que ce sont des sociétés déjà existantes qui sont reprises en Scop ou Scic.

1.2.3.4. Répartition sectorielle

RÉPARTITION SECTORIELLE ET EFFECTIFS EN 2015

COOPÉRATIVES
EMPLOIS
CHIFFRE D'AFFAIRES



Le secteur le plus important en termes d'emplois effectifs est le secteur des services avec 1 350 Scop et Scic qui emploient 18 400 personnes. Ce secteur a généré, en 2015, 100 entreprises supplémentaires et pas loin de 630 emplois. En 2015, nous observons de sensibles augmentations dans les secteurs de l'éducation, santé et action sociale avec près de 250 coopératives comptabilisant près de 5 500 emplois ainsi que dans le commerce avec 250 coopératives actives employant 1 800 salariés. Bien que le secteur du B.T.P soit fragilisé par le contexte économique, il reste prépondérant au regard de

son chiffre d'affaires qui s'élève à 1,4 milliard d'euros en 2014. Ce qui représente quasiment 1/3 du chiffre d'affaires cumulé des Scop et Scic françaises. On peut également noter une stabilisation du secteur de l'industrie qui compte pas loin de 375 coopératives employant 9 000 salariés.

1.2.4. Enjeux et Chantiers du Mouvement Scop

ENJEUX ET CHANTIERS DU MOUVEMENT SCOP



1.2.4.1. Etude sur les mots du mouvement

La CG Scop a demandé à l'institut Médiascopie de lui réaliser une étude sur les « Mots du Mouvement Scop » pour 2016.

Face à l'ensemble des changements et évolutions précédemment cités, fort de sa position actuelle, mais conscient des défis qui sont les siens, le mouvement Scop s'interroge et a souhaité engager une réflexion sur son avenir, dans la perspective de son Congrès de 2016 et par conséquent de son plan de développement d'ici 2020. Une réflexion portant à la fois sur le regard qu'il pose sur lui-même, dans sa diversité, et sur le regard que les pouvoirs publics, les parties prenantes, et le grand public lui-même, posent sur l'acteur singulier qu'il est.

La CG Scop a souhaité réaliser cette étude pour répondre à trois grands objectifs :

1/ réaffirmer son identité, créer du lien et renforcer le sentiment d'appartenance des adhérents autour d'un récit qui, sans renier ses origines, soit conforme à ses ambitions, et qui puisse être approprié et partagé par ses membres dans leur diversité.

2/ comprendre et intégrer de nouveaux mots, qui correspondent aux nouveaux enjeux des entreprises et de la démocratie économique et sociale dans la France de 2015, confrontée à des transformations rapides, technologiques, sociétales, de gouvernance, etc.

3/ entraîner et convaincre la société française, des parties prenantes jusqu'au grand public, à travers un projet qui puisse être narré – et donc partagé – et autour d'une communication efficace.

L'enquête comprend :

Pour l'expression de la vision prospective par les adhérents du Mouvement, une étude qualitative (expression des directrices et directeurs d'UR, experts, DN et administrateurs) et une étude quantitative basée sur les jugements d'un échantillon de 90 salariés et de 308 adhérents du Mouvement sur une étude de 100 mots avec deux échelles de classification ;

Pour les perceptions de la vision prospective des adhérents par les français avec une étude qualitative (une vingtaine de français, âgés de 25 à 60 ans, dans deux réunions de groupe) et une étude quantitative basée sur les jugements d'un échantillon représentatif de

600 français sur 127 mots sur une échelle de ressenti et une échelle de présence dans l'avenir.

Les conclusions de cette étude (cf. annexes 2 et 3 – Mapping général et stratégique), nous ont montré que :

- Les Scop ont une notoriété en construction : leur notoriété est croissante. 73% des français déclarent avoir déjà entendu parler des Scop contre seulement 26,7% qui n'en ont jamais entendu parler. De plus, la notoriété des Scop est meilleure auprès des hommes, des plus de 30 ans et des CSP+.
- Les Scop sont appréciées car elles mettent en avant une forte valorisation de l'entreprise et de ses valeurs, notamment des PME qui ont obtenu une note de 6,9/10 sur l'échelle de ressenti.
- Cependant, les Scop sont tiraillées entre plusieurs univers ce qui a pour risque de brouiller leur visibilité et lisibilité (univers des coopératives et de l'ESS).
- Les français apprécient d'autant plus le fait de fluidifier l'information et de favoriser la communication entre les salariés pour qu'ils comprennent le fonctionnement de leur Scop que le principe de gouvernance démocratique (enthousiasme modéré avec 6,4/10 sur l'échelle de ressenti).
- Les permanents et adhérents ont bien compris que leurs efforts devaient se tourner vers la promotion et la communication de la création d'entreprise sous forme de Scop ou de Scic avant la reprise sous forme de Scop ou Scic (reprise d'entreprise en difficultés ou transmission saine) qui arrive en seconde position.
- Les Scop correspondent à une réponse à la redistribution mondiale des cartes de la compétitivité : elles doivent tout miser sur la compétitivité hors-prix (innovation, formation des salariés, intelligence, créativité).
- Les Scop peuvent devenir « l'entreprise de la génération Y » : les jeunes souhaitent concilier intérêt personnel et travail en favorisant une transparence de l'information et une participation aux décisions stratégiques de l'entreprise.
- Les Scop ne mettent pas suffisamment l'idée de start-up en avant, ce qui contribue à les enfermer dans leur rôle de « pompiers de l'économie » et les éloigne des notions d'innovation et de créativité.

- En définitif, il faut associer les Scop aux « bourgeonnements de l'économie » qui rencontrent une grande adhésion auprès des Français et matérialisent une vision nouvelle de l'économie : l'économie collaborative, les circuits courts et l'économie circulaire.

En finalité, les Scop se doivent de :

- Changer l'entreprise en proposant un nouveau modèle entrepreneurial ;
- Changer la société en proposant un modèle économique original dans une économie en quête de sens ;
- Changer l'individu en visant l'épanouissement du salarié au travail et l'épanouissement de soi par le partage, la fierté, l'amélioration continue et l'innovation ;
- Enfin, pour les adhérents et les permanents, les Scop se présentent essentiellement comme un projet collectif.

1.2.4.2. Plan de développement 2016-2020

En octobre 2016 s'est tenu le 36^{ème} Congrès National des Scop à Strasbourg qui a pour objectifs de voter les prochaines résolutions et le plan de développement pour les quatre ans à venir.

Au cours du Congrès des Scop de Strasbourg, Jacques LANDRIOT (ex-PDG du Groupe Up, anciennement Groupe Chèque Déjeuner) a été élu Président de la Confédération Générale des Scop, succédant à Patrick LENANCKER, et a fixé un objectif de développement à l'ensemble des participants : de passer de 52 000 salariés dans les Scop et Scic à 70 000 salariés (cf. annexe 4 – Les résolutions 2016-2020). Pour se faire, il encourage les UR à créer davantage de Scop et Scic par le nombre mais surtout de développer de la croissance interne et externe chez les Scop et Scic existantes. Ce qui reviendrait pour le Grand Est à atteindre les 4 000 emplois coopératifs en 2020, soit 1 000 salariés supplémentaires puisque cette année nous fêtons les 3000 salariés.

1.3. L'Union Régionale des Scop de l'Est

L'Union Régionale des Scop de l'Est (URSCOP Est) a été créée en 1980 sous forme associative (association de loi 1901) et possède une expérience de plus de 30 ans dans la

création, reprise, transmission et transformation en Scop et plus récemment en Scic (création du statut en 2001).

1.3.1. Structures et missions de l'URSCOP Est

L'URSCOP Est est une association qui représente, appuie, conseille les entreprises coopératives et accompagne les porteurs de projets coopératifs dans le Grand Est.

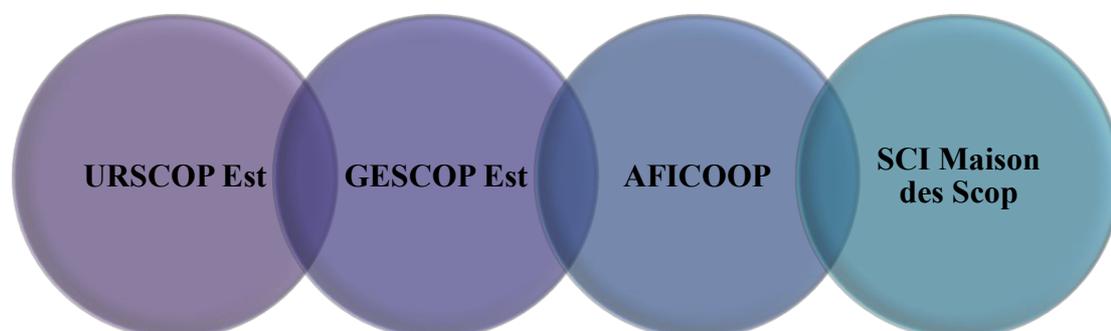
Elle a pour mission de représenter et faire connaître les Scop (actions de communication, lobbying, partenariats de développement, etc.), de créer et développer les Scop et Scic dans le Grand Est (accompagner les porteurs de projet, suivre les Scop adhérentes), de favoriser l'intercoopération et d'accompagner le développement des Scop adhérentes. Elle est donc la structure de référence du mouvement en région. Elle opère sur tout le Grand Est et ce, bien avant la réforme des grandes régions (ex-Alsace-Lorraine-Champagne-Ardenne).

L'activité de l'URSCOP Est comporte 4 axes de développement :

- La création ex-nihilo ;
- La reprise d'entreprise en difficultés ;
- La transmission saine ;
- La transformation d'associations.



Elle comprend, par ailleurs, d'autres structures inhérentes à l'association :



GESCOOP Est est une structure affiliée sous forme associative créée en 1995. Elle est en charge de facturer la révision coopérative. Les adhérents doivent faire l'objet d'une

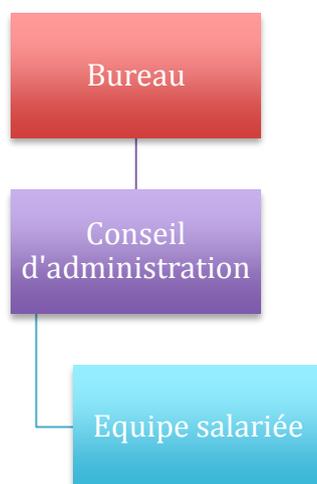
révision coopérative pour des avantages spécifiques des Scop. Il s'agit d'un audit de fonctionnement et de la situation de l'entreprise qui porte sur la situation financière, le fonctionnement coopératif, l'organisation de la Scop, sa stratégie et sa conformité juridique. Elle est ensuite présentée aux associés lors de l'assemblée générale de la Scop ou Scic. Elle constitue donc un bon outil de prévision des risques. La révision coopérative est annuelle pour les SARL sans commissaire aux comptes et quinquennale pour les SA. La révision est une obligation légale car elle permet au Ministère du Travail de vérifier si la Scop respecte bien les règles qui lui sont applicables.

AFICOOP est également une association de loi 1901 qui est un outil financier coopératif permettant d'asseoir le développement territorial de l'UR. Cet outil permet de conforter les fonds propres des coopératives adhérentes à l'URSCOP Est dans le but de conforter leur développement.

La SCI Maison des Scop est une société civile immobilière qui sous-loue les locaux à l'URSCOP Est.

1.3.2. Organisation de l'URSCOP Est

L'URSCOP Est s'organise de la manière suivante :



Le conseil d'administration de l'UR se comporte 17 administrateurs, composé de dirigeants de Scop et Scic de la région, et d'un président. Le président est Hervé Mareschal, directeur de S.T.P Mader, une entreprise de travaux public et génie civil de 72 salariés, basée à Guebwiller (Haut-Rhin). Ils ont pour mission de se réunir en conseil d'administration pour définir les orientations futures, arrêter les comptes, valider les

budgets, etc. Parmi le conseil d'administration sont élus des membres du bureau comme dans toute association : un président, un vice-président, un trésorier, un secrétaire.

L'équipe salariée se compose :

- D'une directrice régionale, Madame Marie-Madeleine Maucourt en charge de coordonner l'équipe, de veiller à la bonne gestion financière et administrative de l'association, de développer des partenariats, de faire du lobbying et de développer le mouvement (portefeuille d'affaires / double casquette chargée de développement) ;
- D'une chargée de mission (développement et suivi), Madame Béatrice Roux-Betis, qui rencontre les porteurs de projets et les accompagne au montage mais elle est également en charge du suivi de coopérative ;
- D'un chargé de suivi, Monsieur Frédéric Duffrene, en charge du suivi des coopératives existantes et de la partie formation ;
- D'une chargée de communication, Madame Justine Jésupret, en charge de la communication externe et interne ;
- D'une assistante administrative et chargée de mission, Madame Chloé Houpin, en charge de la gestion administrative et comptable, du standard téléphonique et en appui aux chargés de mission.

1.3.2.1. Accompagnement de l'UR

L'UR accompagne les porteurs de projet durant toutes les étapes de la construction au démarrage de l'activité par le biais d'une convention de partenariat entre les deux parties quelque soit le type de projet (création ex-nihilo, reprise d'entreprise en difficultés, transformation d'association et transmission saine). Cette convention stipule les différentes étapes à la création, le plan de financement et les prestations.

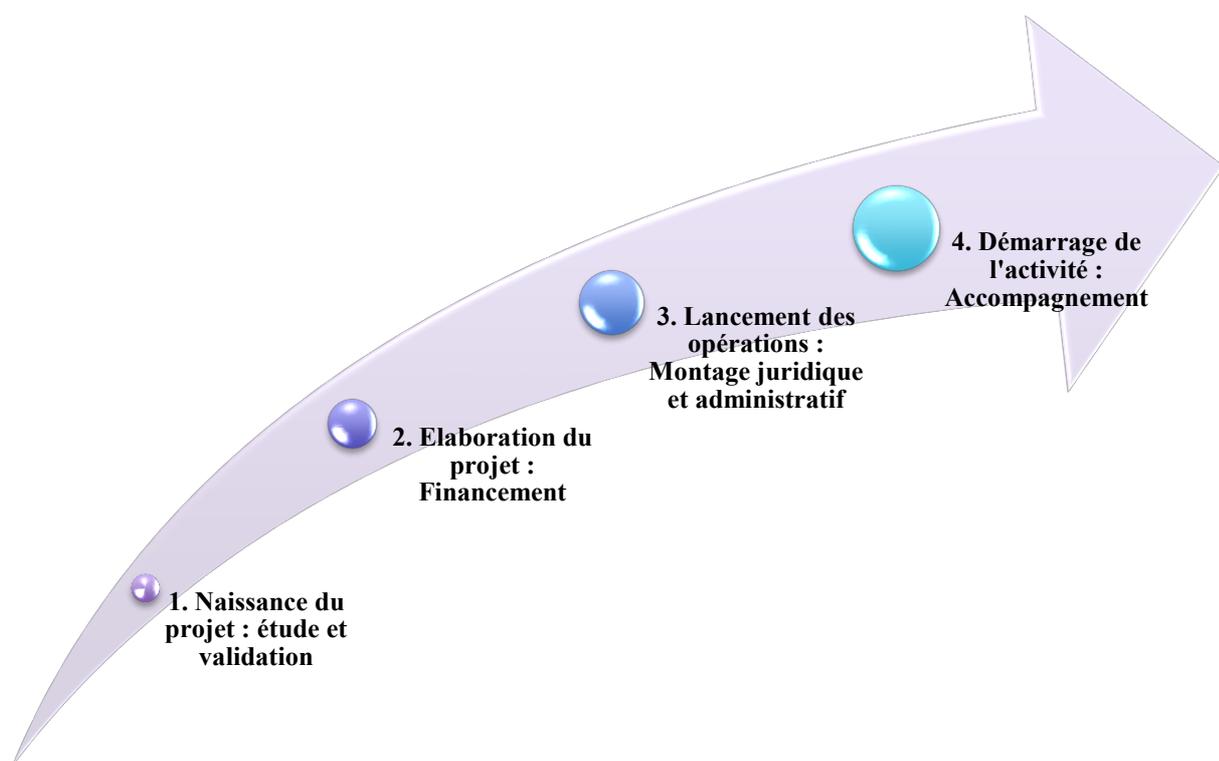
L'UR rencontre des typologies des porteurs de projet différentes :

- Des dirigeants à la recherche d'une solution de transmission de leur entreprise pour pouvoir partir à la retraite et qui pensent que les scop pourraient proposer une solution originale pour permettre la transmission ;

- Des salariés dont l'entreprise est en difficulté (redressement judiciaire ou liquidation judiciaire) et qui cherche une solution de reprise ;
- Des salariés ou membres d'association qui désirent évoluer vers une forme de société de l'économie sociale et solidaire ;
- Des créateurs d'entreprise qui veulent entreprendre dans le cadre d'une solution partagée.

Outre la partie statutaire et l'accompagnement spécifique liés à ce type de situation, l'URSCOP permet d'avoir accès à des financements en capital risque, titre et prêt participatifs et des prêts bancaires.

Les étapes d'accompagnement sont les suivantes :



Tout d'abord, l'UR et les porteurs du projet vont effectuer des études et les évaluer comme la structuration de l'activité par rapport aux marchés visés, le prévisionnel d'activité et la cohérence de l'équipe de reprise.

Ensuite, vient la période d'élaboration du projet avec la partie financement. C'est à ce moment là que le plan de financement adapté est monté et que la recherche de ressources financières sans caution personnelle est lancée. L'UR dispose de financements efficaces comme :

- Les sociétés financières du mouvement : SOCODEN (prêts participatifs), SCOPINVEST (société de capital développement national) et AFICOOP (prêt relai, garantie bancaire au Tribunal) ;
- Les principaux partenaires financiers : FRANCE ACTIVE (prêts participatifs et garanties sur prêts), CREDIT COOPERATIF (titres participatifs et obligations) et Label NACRE ;
- Nos partenaires institutionnels : la Région Grand Est et d'autres collectivités territoriales en fonction du type de projet.

La troisième phase porte sur le lancement des opérations. Quelque soit le type de projet, nous accompagnons les porteurs dans leurs démarches juridiques et administratives.

Enfin, vient la phase de démarrage de l'activité dans laquelle l'UR suit l'activité de la nouvelle Scop et l'accompagne dans la mise en place du fonctionnement coopératif.

1.3.3. Les Scop et Scic du Grand Est

En 2017, on compte 130 Scop et Scic dans le Grand Est employant près de 3 000 salariés avec une moyenne de 22 salariés par entreprise coopérative (la moyenne nationale étant 17 salariés en moyenne par entreprise coopérative). D'après les chiffres 2016, les Scop et Scic du Grand Est représentaient près de 292 millions d'euros de chiffre d'affaires consolidé, 131 millions d'euros de valeur ajoutée et 9 millions d'euros de résultat net consolidé.

Concernant leur répartition sectorielle, on peut noter que les secteurs « Conseil et services » et « B.T.P » sont prédominants avec respectivement 25% et 23% des Scop et Scic de la région. Ils sont suivis par le « Développement durable » qui représente 14% et le secteur de « l'Industrie » avec 13%.

En termes d'évolution, le nombre d'entreprises coopératives a connu une progression lente en 10 ans (avec la prise en compte des disparitions) tandis que le nombre de salariés a augmenté de +157% entre 2006 et 2016. On peut noter une stabilisation des coopératives existantes et des créations de nouvelles Scop dont les effectifs salariés sont conséquents.

LES SCOP ET SCIC DU GRAND EST EN QUELQUES CHIFFRES

8

DÉBUT 2017

130 Scop
et Scic

2940
Salariés

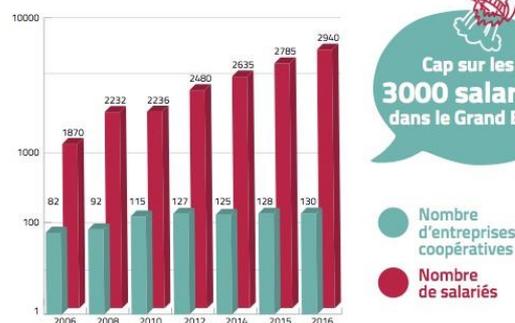
Plus de 22
salariés
en moyenne
par entreprise
coopérative

292 MILLIONS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ
131 MILLIONS D'EUROS DE VALEUR AJOUTÉE
9 MILLIONS D'EUROS DE RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ

Répartition sectorielle



Évolution du nombre d'entreprises coopératives
et de salariés entre 2006 et 2016



Cap sur les
3000 salariés
dans le Grand Est !

● Nombre
d'entreprises
coopératives

● Nombre
de salariés

1.3.4. Son contexte

Du fait de l'histoire du territoire, les Scop et Scic de l'Est sont pour une grande partie issues de reprises d'entreprises en difficultés et de transmission dans les secteurs industriel et du B.T.P, bien qu'aujourd'hui elles soient présentes dans tous les secteurs d'activité. Ce qui en fait une spécificité présente dans aucune autre UR. Cette histoire permet le développement d'une relation privilégiée entre les salariés des Scop/Scic et l'Union Régionale.

Le Congrès National des Scop et Scic 2016 s'étant déroulé à Strasbourg, l'UR de l'Est était l'UR en charge de l'accueil du congrès et cela à développer une réelle mobilisation et une volonté de coopération chez les Scop et Scic du Grand Est qui sont maintenant demandeuses d'une animation du réseau Scop et Scic du territoire.

2. Analyse et Diagnostic de la situation

Suite au Congrès National, un audit stratégique et marketing a été réalisé au national (CG Scop) et décliné dans les UR pour mettre en place des plans d'action régionaux.

L'objectif de cet audit était de dresser un bilan sur les ressources et besoins de l'UR en fonction des axes stratégiques définis au National et à décliner au Régional :



Nous partons du constat du plan de développement d'ici 2020 qui vise les 70 000 emplois dans le Mouvement des Scop.

Dans le Grand Est, si nous souhaitons accompagner cette évolution globale, nous devons atteindre les 4 000 emplois coopératifs soit +1 000 emplois en net. Ce qui représente deux fois notre rythme actuel en termes de créations.

2.1. Analyse de l'environnement interne de l'URSCOP Est

2.1.1. Les atouts de l'URSCOP Est

2.1.1.1. Sur le plan des ressources humaines

L'équipe de l'UR, forte de près de 40 ans d'expérience, a une équipe d'experts en Scop et Scic capable de répondre aux demandes des porteurs de projet et est notamment

spécialisée en reprises/transmissions. Stratégiquement, l'UR a souhaité se positionner sur les reprises/transmissions afin de se démarquer des autres organismes faisant de la création ex-nihilo. Ce qui lui permet de faire des dossiers plus conséquents avec des effectifs salariés plus importants et donc d'avoir besoin de moins de chargés de développement. En effet, l'UR assoie sa stratégie sur le poids des dossiers et non sur le nombre de dossiers. Par exemple, Eurofence, une industrie de production de portails métalliques en Haute-Marne, a été reprise en Scop en 2016 suite à une liquidation judiciaire : elle compte aujourd'hui 63 salariés.

2.1.1.2. Sur le plan financier

L'UR dispose de disponibilités/liquidités caisse confortables de l'ordre de 600 à 700 000€. En 1990, l'UR a perdu de grosses cotisations causées par la perte de deux grosses entreprises adhérentes et s'est retrouvée fragilisée financièrement. Elle a du redoubler d'efforts pour se développer après cette perte.

A ce jour, l'UR est financée à 50% grâce aux subventions et le reste grâce aux cotisations (nationales et régionales), les facturations de création, la révision coopérative et récemment ses formations. Ce qui est peu aux regards des autres UR comme l'UR Languedoc-Roussillon qui est subventionnée à hauteur de 80%.

L'UR propose des outils financiers à ses adhérents pour leur permettre de se créer et de se développer : société financière propre AFICOOP, outils financiers du mouvement (SOCODEN), banques partenaires, bourses d'urgence de la région, etc.

2.1.1.3. Sur le plan stratégique et organisationnel

Stratégiquement, l'UR a souhaité se positionner sur les reprises/transmissions afin de se démarquer des autres organismes faisant de la création ex-nihilo. En effet, l'UR assoie sa stratégie sur le poids des dossiers et non sur le nombre de dossiers.

Le conseil d'administration est ouvert aux propositions d'actions à mettre en place qui sont présentées lors des CA par l'équipe. En fonction des budgets alloués, ils valident quasiment systématiquement les plans d'actions présentés. Les administrateurs sont également très portés sur la communication et l'animation du réseau depuis le Congrès National et souhaitent poursuivre dans ce sens.

Les différentes instances du Mouvement des Scop permet à l'UR et à ses adhérents de bénéficier des services juridiques, communication, financiers et administratifs grâce à un SAV téléphonique. Le service aux adhérents est une priorité pour le développement du mouvement. Il favorise leur satisfaction et leur fidélisation.

2.1.1.4. Sur le plan managérial

L'UR a un style de management participatif puisqu'elle associe ses administrateurs qui sont également ses adhérents et ses salariés à son fonctionnement et son développement en suscitant la prise d'initiative et l'engagement de ses équipes. Les salariés se sentent davantage pris en considération et responsables du fait qu'ils soient intégrés dans la vie de l'entreprise et plus particulièrement lors de la prise des décisions. Par exemple, les salariés participent aux conseils d'administration ce qui n'est pas une généralité dans les autres UR. Ce mode de management est fondé sur une culture prônant la délégation du pouvoir, l'implication des salariés dans la vie de l'entreprise, une bonne communication et le respect mutuel. Ce qui est en parfaite adéquation avec les valeurs et principes du mouvement des Scop. Le management participatif est une pratique qui porte ses fruits puisqu'il permet de développer une ambiance de travail agréable en évitant les tensions et conflits.

2.1.1.5. Sur le plan développement/commercial

Le mouvement coopératif et plus particulièrement celui des Scop connaît une forte croissance ces dernières années tant en termes de créations d'entreprises coopératives qu'en termes d'emplois générés. En effet, il est en adéquation avec les aspirations des individus et constitue une réponse à la conjoncture actuelle, notamment du fait de son principe de coopération et du fonctionnement démocratique. La gestion participative est recherchée par les salariés puisqu'elle contribue à leur épanouissement au travail. Les Scop sont également vecteur d'innovation sous toutes leurs formes.

Le plan de développement du mouvement constitue une force puisqu'il permet la coopération et la mutualisation entre les structures à différentes échelles. Un audit a été réalisé pour déterminer les ressources et besoins de chacun afin de mettre les bonnes pratiques des uns et des autres au service de la bonne marche de ce plan de développement.

L'UR a la chance de ne pas avoir besoin d'effectuer de prospection : les porteurs de projet la démarchent eux-mêmes. Cela est signe de bonnes perspectives de développement du mouvement en région.

Les Scop sont par ailleurs des entreprises du territoire ce qui est également valorisable dans cette société de consommation exacerbée dans laquelle le Made in France est perçu comme un avantage concurrentiel.

2.1.1.6. Sur le plan politique et juridique

Les Scop sont encadrées juridiquement grâce à la loi relative à l'ESS de juillet 2014 qui fixe un cadre aux entreprises sociales et solidaires mais aussi grâce à la loi Ramadier de 1947 qui pose en droit les principes et règles de conduite communes à toutes les coopératives et la loi de 1978 spécifique aux Scop. Les Scop sont donc encadrées juridiquement et politiquement ce qui constitue une force puisqu'elles sont reconnues.

Les Scop jouissent d'allègements fiscaux du fait de leur fonctionnement coopératif particulier.

Le Mouvement fait du lobbying au national mais l'UR fait également son lobbying régional auprès des collectivités territoriales (Région, Départements, Métropoles, partenaires financiers, expert-comptable, Tribunaux de commerce, CESER, etc.). Cela est possible grâce aux contacts des différents réseaux de la directrice de l'UR et grâce à sa place dans les différentes instances politiques (CESER, CRESS Lorraine). Bénéficiaire d'une représentation de l'UR dans les instances politiques locales constitue une force.

2.1.1.7. Sur le plan marketing et communication

L'UR utilise une pratique de marketing participatif puisqu'elle associe ses administrateurs mais aussi ses adhérents à son développement par différentes pratiques et techniques marketing/communication comme internet, l'événementiel avec l'animation de réseau, les supports de communication interne, etc. Cela a également pour effet de développer un sentiment d'appartenance au réseau chez les Scop et Scic du Grand Est qui sont fiers de revendiquer leurs valeurs auprès de leur entourage (clients, fournisseurs, partenaires, familles, etc.).

Avec l'organisation de l'accueil du congrès et notamment du Village Coopératif (salon annexe au congrès des Scop : lieu de rencontres et d'animations), les Scop et Scic du Grand Est se sont fortement mobilisées et ont apporté leur contribution à la construction de ce village et de ses animations. Cela a développé chez eux une volonté d'animer davantage le réseau régional par des actions diverses. Les Scop et Scic sont maintenant très demandeuses de rencontres et d'animations organisées par l'UR. A cette occasion, l'UR a développé une identité graphique régionale qu'elle souhaite maintenant décliner sur différents supports et outils de communication.

2.1.2. Les faiblesses de l'URSCOP Est

2.1.2.1. Sur le plan des Ressources humaines

L'équipe de l'UR connaît un grand turnover surtout au niveau de ses chargés de mission développement et suivi (3 chargés de mission en l'espace d'un an) du fait de la spécificité, de la polyvalence et de l'autonomie du poste. Ce turnover, additionné au fait que l'UR n'ait pas les ressources humaines suffisantes pour répondre à la demande (porteurs de projet entrant sans besoin de prospection). Ce sous-effectif est dû au fait qu'il manque au minimum un chargé de développement et un chargé de suivi supplémentaires et qu'une chargée de mission expérimentée soit en congé maternité. L'UR se doit d'embaucher des personnes jeunes, flexibles avec bonnes capacités d'adaptation.

La directrice qui dispose de l'expérience, du savoir-faire et du réseau, est la pièce maitresse de l'UR cependant elle n'est pas « éternelle », il faut donc anticiper la transmission.

2.1.2.2. Sur le plan stratégique et organisationnel

L'UR ne travaille pas suffisamment en lien avec la CG Scop et les autres UR. Il y a un manque de coopération, de mutualisation et d'échanges de bonnes pratiques qui pourrait être bénéfique s'il tendait à diminuer. Dans le nouveau plan de développement du mouvement, les coopérations et mutualisations entre les UR sont largement plébiscitées. C'est une volonté nationale de renforcer les structures du mouvement puisqu'elles sont responsables du développement du mouvement dans leurs régions respectives et qu'elles pourraient largement contribuer ou profiter des connaissances et compétences de chacun.

Par ailleurs, le circuit de validation est relativement long : il faut prévoir ce temps dans la mise en place d'actions. En effet, il est nécessaire de préparer au préalable des documents de présentation et des budgets au conseil d'administration mais également à d'autres partenaires dans les cas de convention de partenariat (collectivités territoriales, région, départements, universités, etc.). Le processus est donc long puisqu'il nécessite la validation de chacun et ce à plusieurs étapes dans la mise en place. Cela nécessite une anticipation et une bonne organisation du projet pour réduire au maximum les risques de retard.

Les Scop ont une notoriété en construction. Cela constitue une faiblesse mais le mouvement est en train de travailler son image, sa communication et son discours pour développer son nouveau plan de développement. La politique de communication du label est actuellement en refonte.

2.1.2.3. Sur le plan managérial

La directrice étant « sur tous les fronts », elle est souvent en déplacement et présente dans les locaux de l'UR qu'occasionnellement. Il est donc parfois difficile de mener à bien des projets dans le temps imparti. Les temps de vérification et de validation sont parfois longs et il y a des risques de mauvaise communication et d'incompréhensions fréquents à distance, notamment pour la conception graphique et littéraire de documents.

2.1.2.4. Sur le plan développement/commercial

L'UR est « victime de son succès » : il y a un décalage entre le nombre de dossiers entrants et le nombre de projets sortants. Cela est en grande partie dû au nombre de projets pas suffisamment matures mais également à la problématique humaine de l'UR qui l'empêche d'asseoir son développement. Cela constitue une faiblesse mais également une menace puisque la gestion décousue de la demande ternit l'image de l'UR.

2.1.2.5. Sur le plan marketing/communication

Au niveau de la stratégie communication/marketing, c'est un concept nouveau pour l'UR. Auparavant, elle n'a jamais eu besoin d'investir sur ce champ puisqu'elle arrivait à se développer sans. Mais elle souhaite se développer à une autre échelle et pour ce faire,

elle a tenté de développer sa communication depuis 2 ans. N'ayant pas la culture et les compétences en matière de communication, l'UR réalisait des supports sans réelle stratégie. La préparation du congrès a donc été un élément déclencheur dans sa volonté de communiquer auprès des acteurs du territoire mais aussi de ses adhérents.

Un manque de communication entre l'UR et ses adhérents ainsi qu'entre l'équipe de l'UR a été noté. Lorsque les adhérents se développent (nouveaux produits/services, événements, etc.), ils n'ont pas le réflexe d'informer l'UR qui pourrait diffuser les informations dans ses réseaux partenaires. Par ailleurs, l'UR n'informe pas suffisamment et ne consulte pas ses adhérents en amont des projets de développement. Cela traduit un problème de coopération et de communication au sein du réseau des Scop et Scic de l'Est.

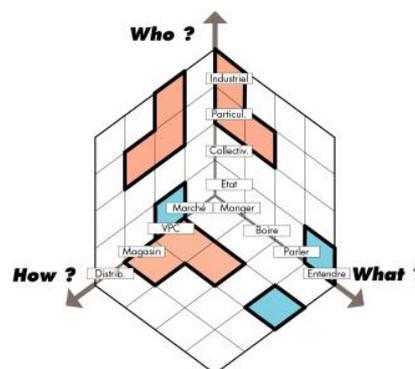
2.1.2.6. Sur le plan politique

Au niveau du lobbying, les administrateurs et élus n'en font pas au nom de l'UR et du mouvement mais pour les intérêts de leurs entreprises. En effet, ils n'ont pas connaissance des problématiques des autres adhérents et des perspectives de l'UR. Ceci traduit un problème de communication interne.

2.1.3. La Matrice d'ABELL

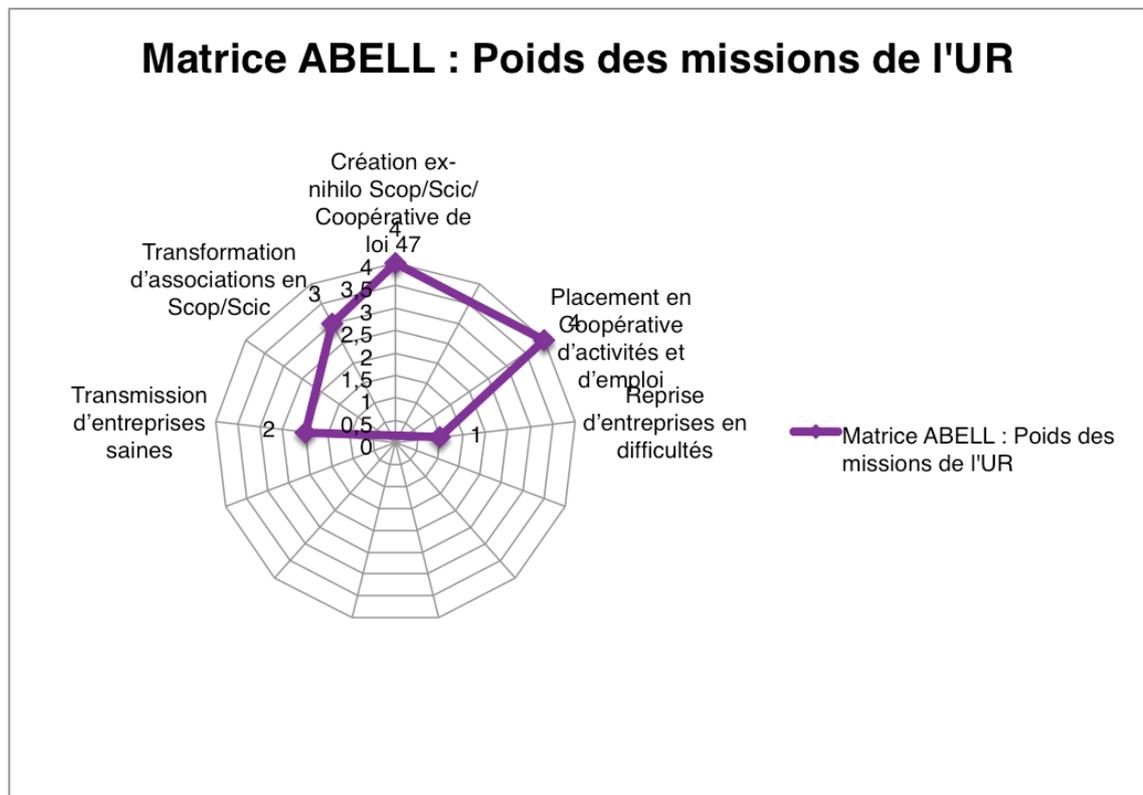
Le cadre de Définition Tridimensionnelle des Activités du professeur Derek F. Abell de Harvard (matrice d'ABELL) est un modèle qui peut être utilisé pour définir les activités d'une entreprise. Il suggère que le modèle bidimensionnel comporte de nombreuses lacunes. Celui reprend 3 axes :

- WHO ?/QUI ? : Groupe Clients servis : permet d'identifier le client ou la catégorie de clients potentiellement intéressé;
- WHAT ?/QUOI ? : Fonctions Clients remplis : permet d'identifier les produits/fonctions qui répondraient aux besoins clients;



- HOW ?/COMMENT ? : Technologies utilisées : permet d'identifier les moyens de mise à disposition du produit/ Manière dont les besoins sont satisfaits

Le périmètre d'activités de l'entreprise en l'exemple dans la figure ci-dessus est définie comme : Fournir CF1, CF2 et CF3 à / pour Emploi CG1, CG2, CG3 et CG4.



Je vous invite à consulter le tableau de positionnement et segmentation de l'UR sur les 3 variables en annexe. D'après cette matrice d'Abell, nous pouvons voir des disparités entre les différentes solutions proposées par l'UR et les « clients » qui en découlent. Malheureusement, il n'a pas été possible d'effectuer un graphique à trois dimensions sur Excel. J'ai choisi de présenter un radar classique en expliquant le système de notation mis en place.

L'UR propose cinq solutions aux porteurs de projets coopératifs en fonction de la maturité de leur projet et du contexte dans lequel ils démarchent l'UR.

Compte tenu du positionnement stratégique de l'UR qui est de se différencier par la création en Scop par reprise/transmission et sur des entreprises ayant des effectifs salariés conséquents, nous notons que :

- Les reprises d'entreprises en difficultés obtiennent une note globale de 5/5 et sont classées en 1^{ère} position puisqu'elles représentent le plus gros de l'activité de l'UR qui proposent aux différents types de client en quête d'une reprise (7 types de client ont été recensés ici) une solution efficace et viable avec des outils financiers qui permettent de monter le projet sereinement. De plus, cette solution est bien perçue auprès des partenaires puisqu'elle permet le maintien de l'activité économique et des emplois sur le territoire.
- Les transmissions saines d'entreprises se positionnent en seconde place avec une note globale de 4/5 puisqu'elles représentent une problématique d'actualité notamment dans notre région : jusqu'à 65% des dirigeants ont plus de 55 ans dans certains territoires. Cela représente une aubaine pour le développement commercial de l'UR. De nombreux cédants sont à la recherche d'une solution efficace de transmission et la céder à leurs salariés qui ont contribué à son développement constitue une solution originale et pérenne. Dans les cas de transmissions saines, la principale problématique que rencontre l'UR est l'entente sur la fixation du prix de cession/reprise.
- Les transformations d'associations occupe la 3^{ème} place (notation 3/5) puisqu'elles représentent une problématique actuelle : de nombreuses associations souhaitent faire évoluer leur activité en maintenant leurs avantages et fonctionnement. La transformation en Scop ou Scic est une solution adaptée à cette évolution. Cela permet d'associer l'ensemble des parties prenantes dans le cas d'une Scic. La transformation en Scic reste majoritaire. Le statut est plus souple et permet d'y inclure pleinement les collectivités territoriales qui sont demandeuses de ce type de projet collectif au service du territoire.
- La création ex-nihilo est en 4^{ème} position, ex æquo avec le placement en CAE. De nombreux porteurs souhaitent développer leur projet collectivement avec une façon d'entreprendre différente. Même si ce type de projet ne correspond pas à la stratégie de l'UR, les demandes sont nombreuses et les projets sont parfois matures et donc développer. L'UR n'a pas les capacités humaines pour réaliser de la création ex-nihilo avec des Scop à 2 salariés en nombre, d'où leur position secondaire. Bien souvent de nombreux porteurs de projet souhaitent créer une Scop ou une Scic mais son seul associé au projet

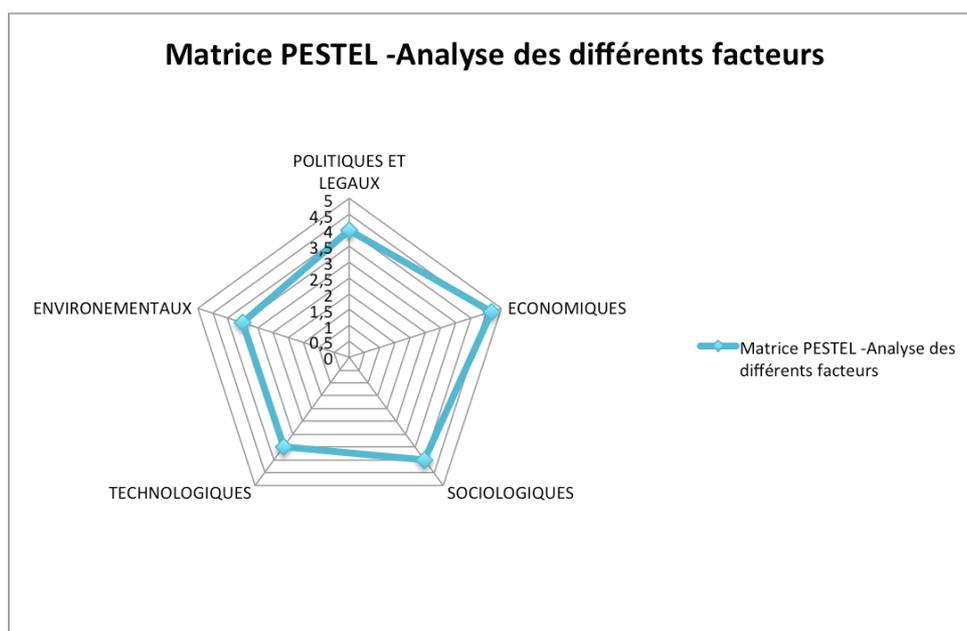
or pour développer une Scop il faut être 2 salariés associés (2 ETP) et avoir un projet mûr : dans ces cas, l'UR redirige la personne vers une Coopérative d'Activités et d'Emploi (CAE) pour qu'il soit accompagné.

Nous avons pu noter que les « clients » principaux de l'UR sont des salariés dans diverses situations et en position secondaire des demandeurs d'emploi et des dirigeants d'entreprises. L'UR leur propose des solutions adaptées à leurs besoins en les aidant à la création et en les accompagnant tout au long de la vie de la coopérative. Pour ce faire, l'UR dispose d'avantages concurrentiels comme les outils financiers efficaces, le service d'accompagnement et de suivi, la gestion participative et démocratique, la sécurité de l'emploi (protection sociale du dirigeant salarié), etc.

2.2. Analyse de l'environnement externe de l'URSCOP Est

2.2.1. L'outil PESTEL

L'outil PESTEL va nous permettre d'analyser le macro-environnement politique, économique, social, technologique, environnemental et légal de l'URSCOP Est d'un point stratégique. En effet, un marché et les différents acteurs qui le composent sont soumis à diverses influences en provenance de la société dans laquelle ils vivent. Ainsi, nous allons étudier les variables qui influencent significativement l'activité de l'association et des Scop/Scic du Grand Est. Cette analyse de la vision globale de la situation à l'échelle macroéconomique va nous permettre de définir une stratégie de développement cohérente.



La matrice PESTEL a été réalisée sous forme de tableau en annexe. Le radar ci-dessous en est la conclusion : il place les facteurs de l'environnement externe de l'UR sur le radar en fonction d'un système de notation allant de 0 à 5.

2.2.1.1. Les facteurs politiques et légaux

La loi portant sur la Nouvelle Organisation Territoriale de la République (NOTRe) promulgué en août 2015, confie de nouvelles compétences aux régions et redéfinit les compétences attribuées aux collectivités territoriales. Cela se fait ressentir dans le mouvement des Scop avec les conventions de partenariats (entre l'UR et une collectivité ou la région) et surtout au niveau des dotations/attributions de subventions. Avec la réforme territoriale sur les Grandes Régions : l'UR est forcément impactée puisqu'elle fait une demande de subvention non pas aux 3 ex-régions (montant cumulé de 278 550€ des 3 ex-régions + 50 000€ Plan Etat Région en 2016 du fait du congrès – en 2015, l'UR a touché 212 500€ de subventions des régions) mais à la nouvelle région : dans le budget 2017, l'UR devrait percevoir 241 700€ de la région Grand Est. Ce montant prévisionnel relativement élevé est possible grâce à la dynamique des Scop et Scic de la région suite au congrès. Du fait des élections présidentielles et législatives à venir, il va y avoir des bouleversements en termes de places stratégiques des Scop dans les instances politiques et en matière de lobbying. Concernant l'année 2016 et ce début d'année 2017, le mouvement des Scop et l'UR n'ont pas encore été impactés par les bouleversements politiques à venir mais c'est une tendance à surveiller de près (note de 4/5). L'élaboration du Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Internationalisation (SRDEII) souhaité par la loi NOTRe, confère à la région la possibilité de définir (avec concertation de ses partenaires) les orientations en matière d'innovation et d'appui aux entreprises : cela représente une opportunité pour l'UR de mettre en avant les Scop et Scic du Grand Est.

2.2.1.2. Les facteurs économiques

Comme dit précédemment, la baisse des dotations de l'Etat a une incidence directe sur la santé et le développement économiques de l'UR. Il faudra donc redoubler d'efforts pour passer des partenariats avec des plans d'actions concrets (développement, animation, communication) au niveau de la région et des collectivités territoriales. Bien que l'UR soit subventionné qu'à hauteur de 50% (ce qui est relativement faible pour une association), les

subventions restent une condition sine qua none à son développement. Par ailleurs, on assiste à une relance de l'économie dans certains secteurs et une propension au développement de mouvement : ce qui constitue une opportunité. En outre, les fréquents rachats d'entreprises françaises par des groupes étrangers fragilisent l'économie et le savoir-faire de nos territoires. Cela représente une menace fortement concurrentielle puisqu'ils sont accompagnés de délocalisations des sites de production entraînant perte d'emplois et chômage, surtout dans les territoires ruraux. Les facteurs économiques ont un impact fort sur l'UR (note de 4,67/5) : il est important de les identifier et de les anticiper (risques).

2.2.1.3. Les facteurs sociaux

Le taux de chômage n'influence pas vraiment l'activité de l'UR mais sa baisse observée en 2016 (- 3,4%) donne un coup de fouet à l'économie et au moral des individus de la région. Le souhait d'avoir une gestion participative de l'entreprise des salariés/entrepreneurs représente une opportunité pour l'UR puisque le modèle Scop repose sur ces principes et valeurs. La « génération Y » et ses aspirations de start-up innovantes et d'économie collaborative devient une cible nouvelle pour le mouvement. Enfin, les individus sont de plus en plus connectés et recherchent des informations en ligne. Il est donc primordial de bénéficier d'une présence sur internet. L'UR n'ayant pas de site en ligne, elle se doit d'en développer un rapidement pour gagner en visibilité et notoriété. Sans quoi cela est une menace puisqu'elle ne pourra communiquer suffisamment et se développer. Les facteurs sociologiques décrochent une moyenne de 4/5 : l'évolution des mœurs est en corrélation avec le développement de l'UR.

2.2.1.4. Les facteurs technologiques

L'innovation tend à se développer sur la région Grand Est : elle dispose de 7 des 70 pôles de compétitivité français. Elle est soucieuse de développer l'attractivité de son territoire avec des projet comme Grand Est Numérique ou Lor'n Tech. Les Scop de la région proposent des activités innovantes comme le Pôle Territorial de Coopération Economique (PTCE) de Florange qui comprend des Scop, Scic et autres entreprises d'insertion opérant dans la collecte et la valorisation des déchets : l'Economie Circulaire qui constitue une filière innovante. Par ailleurs, les entreprises du Grand Est disposent de

savoir-faire reconnus et spécifiques qu'il faut sauvegarder. Par exemple, la reprise d'Eurofence en Haute-Marne sous forme de Scop qui est le seul fabricant de clôtures et portails métalliques en France. L'UR propose des solutions pour sauvegarder les savoir-faire locaux et maintenir les emplois dans les entreprises et industries (PME bien souvent) de la région en connaissance de ses spécificités (passé industriel). Les facteurs technologiques occupent une importance secondaire pour l'UR (note de 3,5/5) bien que la volonté de sauvegarder les savoir-faire locaux fassent partie du positionnement de l'UR.

2.2.1.5. Les facteurs environnementaux

Les facteurs environnementaux arrivent en dernière position (3,5/5). Leurs impacts sont positifs sur l'UR puisque les Scop et Scic sont ancrées dans une démarche de Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE). 14% des Scop et Scic de la région exercent une activité en rapport avec le développement durable. De plus, l'UR est en train de développer des filières innovantes comme l'économie circulaire ou les circuits courts. Celles-ci rencontrent une forte adhésion auprès des français et matérialisent une vision nouvelle de l'économie. Les Scop et Scic se positionnent comme étant des entreprises innovantes et soucieuses de l'environnement (ancrage territorial, démarche RSE, etc.).

2.2.2. Facteurs clés de succès

Un facteur clé est un élément stratégique que l'entreprise a tout intérêt à maîtriser pour être compétitive.

De nombreux facteurs clés de succès ressortent de cette analyse mais nous allons en retenir trois :

- **La gestion participative** : Créer une Scop permet de créer et de développer votre entreprise dans une logique de gestion participative. L'UR accompagne les porteurs de projet qui souhaitent entreprendre autrement un projet collectif. Le participatif comme le collaboratif est en plein développement : les individus recherchent du sens dans leur travail. La gestion participative de la Scop permet l'implication des salariés (management participatif, salariés-associés, gouvernance démocratique, prise de décisions collective, partage équitable des résultats), une bonne communication entre eux (fluidité de

l'information, transparence, consultation des salariés pour les prises de décisions) et leur épanouissement au travail. Tout comme le modèle Scop, L'UR utilise ce mode de gestion avec les porteurs de projet. Cela fait partie de l'apprentissage du modèle Scop. Les éléments de réussite résident dans une bonne communication, une transparence dans les informations et une implication de tous dans le projet pour pouvoir le mener à bien.

- **La mutualisation et la coopération:** Forte de son appartenance au Mouvement des Scop, l'UR dispose de ressources mutualisées qu'elle peut mettre au service de ses adhérents (juridiques, financières, lobbying, communication, expertise métiers). L'idée de faire un effet de groupe : « on est plus forts à plusieurs que seul ». Ce facteur de réussite est possible seulement si l'information est fluide et transparente entre les différents acteurs et si les adhérents et structures du mouvement « jouent le jeu ». Cela influence aussi positivement l'image du mouvement et de l'UR qui prônent ces valeurs.
- **Des outils financiers performants et innovants :** L'UR a développé des outils financiers inédits réservés uniquement à la création/reprise en Scop et Scic grâce aux cotisations des ses adhérents (AFICOOP), à l'appui de partenaires locaux (exemple des bourses d'émergence : concept unique (d'abondement jusqu'à 4000€ pour la constitution de capital social) en France, créé par l'UR, mis en place par la Région) et aux outils financiers du mouvement. L'UR se doit de communiquer sur cet atout qui constitue un avantage concurrentiel fort au démarrage d'une entreprise.

In fine, nous pouvons dire que les bases d'une association dite de réseau repose sur la coopération et la mutualisation entre ses membres et adhérents : cela nécessite une gestion participative avec une bonne organisation en interne et un service aux adhérents efficace. Son expertise, ses outils financiers adaptés et ses relations avec les acteurs du territoire font la force de l'UR.

L'UR se doit de développer une démarche de marketing territorial qui consisterait à déployer une stratégie de « *communication d'attractivité* » afin d'attirer les publics qu'elle vise et ainsi développer son territoire (développement du nombre de Scop et Scic sur le Grand Est), notamment d'un point de vue économique.

2.3. Diagnostic : Matrice SWOT

	FORCES	FAIBLESSES
OPPORTUNITES	MODELE ECONOMIQUE/STRATEGIQUE	MODELE ECONOMIQUE/STRATEGIQUE
	<ul style="list-style-type: none"> ❖ L'UR Est est un acteur légitime du territoire du fait de son expérience et de ses savoir-faire (technicité). Positionnement de spécialiste de la reprise/transmission. ❖ Les ressources financières de l'UR lui permettent d'être confortable : elle est en mesure de mener son plan d'actions avec des budgets conséquents et de réaliser de nouvelles embauche pour renforcer son équipe (subventionnée qu'à 50%). ❖ Plan de développement (actions) soutenu par les administrateurs qui ont un attrait pour l'animation de réseau et la communication. ❖ Gestion participative/Management participatif qui instaure une ambiance de travail agréable en permettant l'implication et la reconnaissance de chacun ❖ Service aux adhérents efficace : source de satisfaction/fidélisation des adhérents et avantages du mouvement. Coopération et mutualisation entre les adhérents. ❖ Marketing participatif qui fait contribuer chacun au développement et qui suscite un sentiment d'appartenance. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Problème de ressources humaines peut-être comblé : l'UR a les ressources financières et relationnelles pour le combler. ❖ Manque de coopération avec la CG Scop et les autres UR : axe de développement d'ici à 2020. ❖ Les processus décisionnels sont longs : cela nécessite une anticipation et une bonne organisation du projet. ❖ Notoriété en construction : politique communication du label en refonte.
	OUTILS FINANCIERS	COMMUNICATION/ANIMATION INTER-COOPERATIVE
	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Multitude d'outils à disposition (régionaux et nationaux) pour le développement des Scop et Scic. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Novice en communication : l'UR n'avait jusque là pas de réelle stratégie de communication mais à aujourd'hui une réelle volonté de la développer tant en externe qu'en interne. ❖ Manque de communication et de coopération au sein du réseau régional : cela pourrait être un gain de temps, de travail et d'innovation si les Scop/Scic étaient davantage impliquées dans le développement de l'UR. ❖ Individus de plus en plus connectés : recherche d'information sur internet - > intérêt pour l'UR de développer un site internet : hausse de visibilité et de notoriété.
		POLITIQUE/JURIDIQUE/ LOBBYING
		<ul style="list-style-type: none"> ❖ Les Scop/Scic ne mettent pas à profit leurs actions de lobbying pour les

- ❖ Concept unique créé par l'UR : les bourses d'émergence distribuées par la région.

DEVELOPPEMENT

- ❖ Mouvement des Scop en pleine expansions : principes coopératifs, démocratiques et participatifs en adéquation avec les aspirations des salariés : condition sine qua none à l'épanouissement au travail. Vecteur d'innovation.
- ❖ Relance de l'économie française (secteur B.T.P, etc.), baisse du taux de chômage.
- ❖ Avantage concurrentiel : Made in France. Ancrage territorial des Scop.
- ❖ Génération Y : les jeunes sont à la recherche de sens dans leur travail (gestion participative, économie collaborative)
- ❖ Plan de développement : coopérations, mutualisations et partages de bonnes pratiques
- ❖ L'UR Est n'a pas besoin de réaliser de prospection : la demande (les porteurs de projet) est abondante. Ce qui est signe de bonnes perspectives de développement. Elle privilégie les dossiers qualitatifs avec des effectifs salariés conséquents : différenciation par rapport à la concurrence.
- ❖ Développement innovation sur le Grand Est : attractivité du territoire avec des filières innovantes -> l'UR a des adhérents qui ont des activités innovantes (économie circulaire, etc.)
- ❖ Savoir-faire reconnus des entreprises françaises du Grand Est

autres adhérents.

- ❖ L'élaboration du Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Internationalisation (SRDEII) souhaité par la loi NOTRe, confère à la région la possibilité de définir (avec concertation de ses partenaires) les orientations en matière d'innovation et d'appui aux entreprises -> partenariat à développer avec l'UR.

à sauvegarder : maintien des emplois et des savoir-faire avec la solution Scop.

- ❖ Démarches RSE et Développement durable ancrées dans les valeurs des Scop : tendance en vogue -> l'UR a intérêt à communiquer dessus pour développer son image.

POLITIQUE/JURIDIQUE/ LOBBYING

- ❖ Des lois encadrent le fonctionnement et les principes des Scop : reconnaissance juridique.
- ❖ Dispositifs législatifs qui permettent des avantages fiscaux aux Scop : avantage concurrentiel.
- ❖ Lobbying régional efficace aux services des Scop et Scic du Grand Est.

COMMUNICATION/ ANIMATION INTER-COOPERATIVE

- ❖ Congrès National de Strasbourg : événement d'impulsion pour fédérer les Scop/Scic de la région et pour développer des partenariats locaux (collectivités territoriales, partenaires bancaires et universitaires, etc.).
- ❖ Création d'une identité régionale des Scop et Scic du Grand Est : visibilité croissante. Volonté de créer des outils et supports de communication propre à l'UR.

**POLITIQUE/JURIDIQUE/
LOBBYING**

- ❖ Baisse des dotations de l'Etat -> baisse des subventions accordées : l'UR va devoir redoubler d'efforts pour proposer des plans d'actions et avoir les budgets escomptés.

MODELE

ECONOMIQUE/STRATEGIQUE

- ❖ Le fonctionnement de l'UR repose sur la directrice (retraite d'ici 5 ans) : besoin d'anticiper la transmission sans perturber l'activité.
- ❖ L'UR Est souffre d'un sous-effectif ne lui permettant pas de répondre aux porteurs de projet entrants. Les perspectives de développement sont bien présentes mais l'UR n'a pas les capacités humaines pour y répondre.
- ❖ Le turnover fréquent implique également un manque de qualification des nouveaux chargés de missions : impact négatif sur son image et sa notoriété.
- ❖ Directrice peu présente physiquement : Risques de mauvaise communication et incompréhension dans le suivi de projet.

**POLITIQUE/JURIDIQUE/
LOBBYING**

- ❖ Loi NOTRe et Réforme Territoriale Grande Région : baisse des dotations aux collectivités -> baisse des subventions accordées : frein au développement de l'UR.

DEVELOPPEMENT

- ❖ Rachats d'entreprises françaises par des groupes étrangers : perte des savoir-faire français, perte d'emplois, chômage, désertification dans les zones rurales -> la reprise en Scop constitue une solution.

2.4. Rappel de la problématique dans son contexte

Les études exposées en première partie nous ont permis d'appréhender le mouvement coopératif : ses valeurs, principes et spécificités. Bien que ce dernier s'applique à tous les secteurs, son mode de fonctionnement coopératif en fait des

entreprises à part. Les Scop et Scic, qui font partie de ce mouvement, sont caractérisées par le fait que les associés de la coopérative sont des salariés. Cette spécificité les pousse à revendiquer leur entreprise et à se sentir appartenir à un groupe, à un réseau. Ils sont d'autant plus impliqués dans leur travail puisqu'ils y sont associés, tant au niveau de la prise de décision qu'à la phase de partage des bénéfices.

L'analyse interne a montré que cette gestion participative est caractéristique de ce mode d'entreprendre, du mouvement et de l'organisation interne de l'UR. Les adhérents développent un sentiment d'appartenance puisque l'UR les accompagne à la création du projet et tout au long de la vie de la coopérative : ce qui développe des liens forts entre l'UR et ses adhérents. Cette force du réseau est soutenue par le service aux adhérents, l'expertise de l'UR, ses relations avec les acteurs locaux (actions de lobbying) mais également par l'effort de communication tant interne qu'externe et pas l'animation du réseau. La structure de l'UR est suffisamment forte pour asseoir son développement. Il est cependant nécessaire de renforcer l'équipe salariée, de faire participer le conseil d'administration aux actions de lobbying et d'interagir davantage avec les adhérents qui sont des prescripteurs.

L'analyse externe nous a montré que le mouvement était en plein essor puisqu'il répond aux attentes des individus qui sont à la recherche de « plus de sens dans leur travail ». L'analyse externe en région a fait ressortir des opportunités telles que le développement de nouveaux partenariats en cours et à venir suite à l'impact et aux retombées du Congrès National de Strasbourg. Cet événement à rayonnement national a donné un « coup de fouet » aux Scop et Scic du Grand Est qui se sont senties mises en avant et ont souhaité se mobiliser ensemble pour accueillir les Scop et Scic de toute la France. Cet événement fédérateur a déclenché la revendication d'un sentiment d'appartenance chez les adhérents à l'égard du mouvement des Scop et plus encore du réseau des Scop et Scic du Grand Est. Cette dynamique a été remarquée par le conseil d'administration de l'UR qui souhaite la développer davantage par des actions de communication et des animations en région. Cela s'apparente à du marketing territorial avec une volonté de rendre plus attractif le réseau des Scop et Scic du Grand Est. De plus, pour accompagner le plan de développement 2020 du mouvement, l'UR doit passer de 3000 salariés coopérateurs à 4000 d'ici 2020. Les adhérents constituent donc une bonne source d'information et de communication pour des porteurs de projet potentiels. L'UR souhaite engager une stratégie de développement alliant développement de nouvelles

coopératives mais aussi de coopératives existantes et développement d'une communauté de Scop et Scic du Grand Est qui se sentent appartenir à un réseau. Pour concilier les deux, l'UR a tout intérêt à faire participer les adhérents à la stratégie de développement du mouvement puisque ce sont eux qui sont au cœur de ce mouvement. La problématique suivante se pose à l'UR :

Comment développer une communication efficace auprès des adhérents (Scop et Scic du Grand Est) pour que ces derniers deviennent des ambassadeurs du Mouvement et contribuent à son développement en région ?

Nous allons voir dans cette dernière partie l'état des lieux de la communication de l'UR avant mon arrivée puis le plan d'actions de communication qui a été mis en place par la suite pour répondre à cette problématique.

3. Plan d'actions de communication

La communication mise en place par l'UR est une communication dite institutionnelle. On parle aussi de « communication corporate » ou encore de « communication d'entreprise ». Son discours porte sur elle-même, les Scop et Scic du Grand Est et plus ouvertement sur le Mouvement des Scop. Cette communication vise à faire connaître ses performances économiques, financières, sociales, ses métiers, ses missions, ses valeurs, principes, engagements ou encore sa culture. L'objectif de communiquer ainsi est de créer une identité forte, de valoriser l'image du mouvement et de ses adhérents pour susciter l'intérêt et l'adhésion du plus grand nombre. L'organisation se place au centre de cette communication. Les cibles de ce type de communications sont diverses, elles peuvent être :

- Le grand public, des catégories précises d'individus (ex : porteurs de projet potentiels) dans le but de se faire connaître et apprécier ;
- Les citoyens pour montrer l'implication de l'organisation dans la vie sociale ;
- Les partenaires de l'entreprise (partenaires institutionnels, banques, etc.) pour instaurer une relation de confiance.

Ainsi, nous devons développer cette forme de communication davantage pour qu'elle est plus d'impact auprès des cibles de l'UR : à savoir, ses adhérents, les porteurs de projet et ses partenaires. Pour ce faire, nous allons faire un état des lieux de la communication existante et élaborer un plan de communication pour les actions à venir.

3.1. Bilan sur les outils et supports de communication déjà mis en place

Arrivée en février 2016 à l'URSCOP, j'ai été embauchée à l'occasion de l'organisation du Congrès National : son accueil régional, le cadeau aux congressistes et l'organisation du Village Coopératif.

Ci-dessous un inventaire des supports et outils de communication dont disposait l'UR avant mon arrivée :

- des plaquettes de communication au nombre de 4 (pour chaque mission de l'UR : création, reprise, transmission, transformation) réalisées en 2013 par mes soins en collaboration avec une agence de communication adhérente. Elles sont complètes en termes de contenu (explications sur le statut Scop, déroulé du montage de projet, exemples de Scop régionales, financement, chiffres clés sur le mouvement en région) mais auraient besoin d'être rafraichies (environ tous les 5 ans). C'est une communication à destination des porteurs de projet avant tout mais l'UR en distribue à ses partenaires n'ayant pas de plaquette institutionnelle.
- un annuaire régional : l'annuaire régional est réalisé depuis quelques années maintenant et il devient de plus en plus abouti graphiquement (appel à une agence de communication) et en termes de contenu. Il est distribué aux Scop et Scic adhérentes tous les ans en début d'année mais également aux partenaires, porteurs de projet puisqu'il permet d'identifier les adhérents et d'avoir leurs coordonnées.
- Une page Facebook qui été alimentée de manière hebdomadaire essentiellement avec des articles de presse sur les adhérents. La page comptait 234 Like en février 2016.
- Des newsletters ponctuelles étaient envoyées à nos adhérents et partenaires pour une relance d'événement par exemple.

- En termes d'événementiel, l'UR réalisait uniquement ses assemblées générales annuelles et réunissait le conseil d'administration plusieurs fois par an. Par ailleurs, la directrice participe à des conférences-débats Reprendre et Transmettre dans les grandes villes de la région ponctuellement.

On peut noter que l'UR développe tout doucement sa stratégie de communication en s'appuyant sur ses supports clés pour se développer : ses plaquettes de communication et son annuaire régional. La communication interne avec les adhérents est quasiment inexistante : l'UR interagit avec eux pour des questions administratives via le suivi des délégués.

3.2. Accueil du Congrès National et organisation du Village Coopératif

Embauchée dans le but de préparer l'accueil régional au Congrès d'octobre dernier, j'ai dû réaliser de nombreux supports et outils pour mener à bien cette organisation durant huit mois. Cela étant antérieur à ma période de contrat en professionnalisation, je vais juste me contenter d'énumérer les différentes actions et outils mis en place pour mieux comprendre le plan de communication à venir.

Tout d'abord, pour ce congrès, l'UR était en charge de :

- l'organisation du Village Coopératif (part de commercialisation et aménagement) : lieu de convivialité et d'animations en annexe du Congrès avec des exposants issus du mouvement et des partenaires ;
- offrir le cadeau régional aux congressistes (chaque congressiste se voit remettre en début de congrès une mallette avec les documents relatifs à la partie congrès et un sac cadeau) ;
- favoriser les relations avec les partenaires locaux (le congrès se déroulant au Palais de la Musique et des Congrès de Strasbourg, les deux partenaires régionaux sont la Région Grand Est et l'EuroMétropole de Strasbourg).

Ainsi, pour l'organisation du Village Coopératif, l'UR a souhaité mobiliser et faire contribuer ses Scop et Scic adhérentes par l'organisation d'une tournée de réunions territoriales (7 réunions sur le Grand Est). L'objectif était que le congrès soit à l'image du territoire : les idées ont été le fruit des réflexions des Scop et Scic lors de ces réunions.

Cela va du prêt de mobilier (classique comme de la création de mobilier à base de produits des Scop), à la conception architecturale (ambiance tiers-lieux et exposition d'objets de Scop et Scic régionales) du Village en passant par l'approvisionnement en vin, bière, etc. et les animations artistiques. L'UR a profité de ce congrès pour faire son « Congrès OFF » et lancer deux axes de développement : le développement économique (organisation d'une conférence, signature d'une convention de partenariat avec les banques coopératives) et la sensibilisation des jeunes (organisation du 1^{er} Start-Scop, créer sa Scop en 48h et un Afterwork jeunes).

A cette occasion, l'UR a développé une identité graphique nouvelle avec des supports tels que le Petit Journal du Grand Est, le programme du Congrès mais également son stand et par les animations qui en découlaient.

Pour ce congrès, l'UR a décroché des subventions locales, a fait des recettes suite à la commercialisation de stands exposants et s'est autofinancée pour le reste. Le budget global de l'UR s'élevait à 235 000€ pour cet événement (cf. annexes 8, 9, 10 – Gantt et Budget). La CG Scop finance le reste de l'événement.

Suite à cette forte mobilisation et coopération, l'UR a souhaité rebondir et faire des propositions d'actions pour rester dans cette dynamique régionale.

3.3. Plan de communication

3.3.1. Méthode d'élaboration du plan de communication

L'élaboration du plan de communication permet de structurer, de coordonner, d'avoir une vue d'ensemble sur la communication du projet. Ainsi, il permet de réaliser du reporting vers les personnes décisionnelles et obtenir leur accord pour avancer dans le projet.

Par ailleurs, le plan de communication permet à la personne en charge du projet de se poser les bonnes questions au moment opportun, de penser à impliquer les parties prenantes, maîtriser son budget, de structurer le projet en fonction des objectifs à atteindre pour un gain de temps et d'efficacité. Le plan de communication étant un outil évolutif, il est voué à évoluer au fur et à mesure de l'avancement du projet.

Pour le projet de développement de l'UR, la communication est intégrée au projet, c'est-à-dire que c'est une composante à part entière du projet. Dans ce cas là, on peut dire

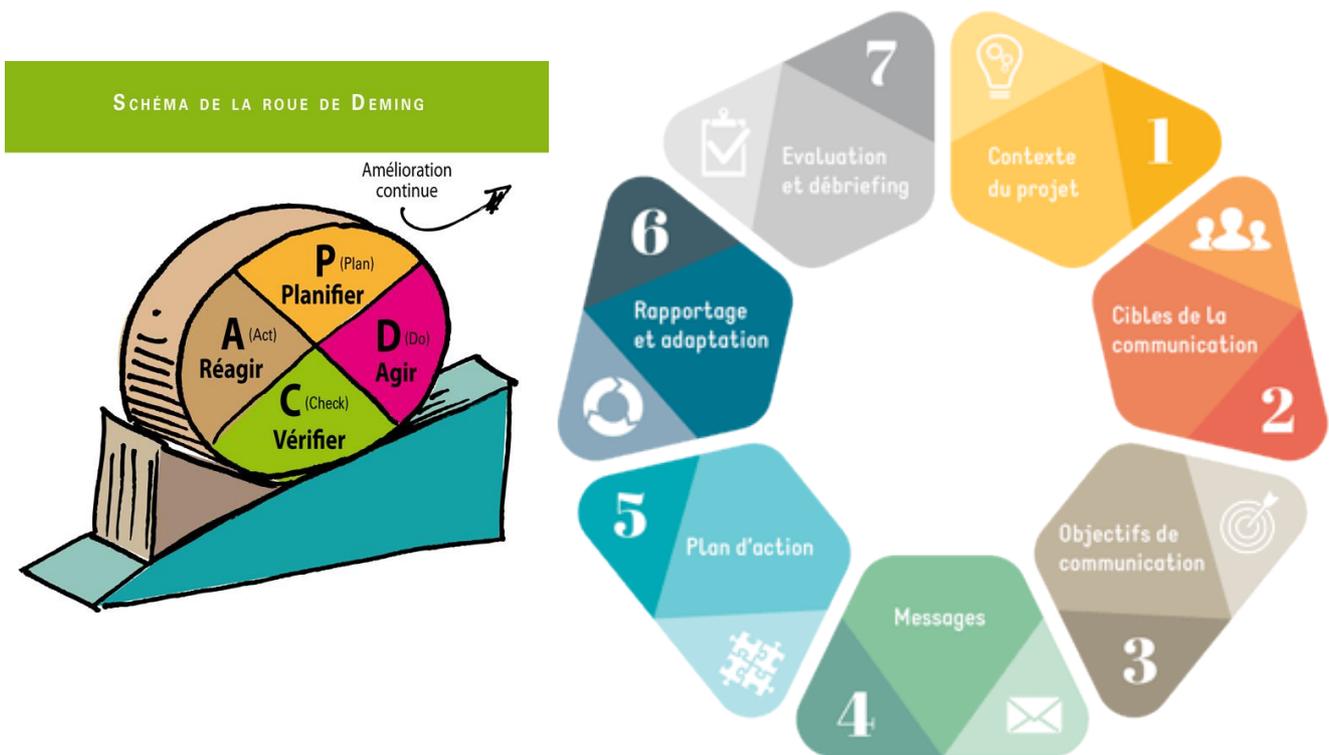
que c'est une relation Win-Win (gagnant-gagnant) entre le projet et la communication puisqu'ils communiquent en temps réel.

La communication permet la bonne conduite d'un projet. Si ce dernier est bien ficelé, elle devient un facteur clé de succès du projet. Dans un plan de communication, on distingue trois types de communication :

- la communication opérationnelle (faire en sorte que le projet fonctionne) ;
- la communication décisionnelle (arbitrer) ;
- la communication promotionnelle (motiver et vendre le projet).

La communication promotionnelle englobe toutes les actions, outils et supports qui informent, font comprendre et convainquent en interne comme en externe : elle fait l'objet de la majeure partie du plan de communication.

Pour élaborer le plan de communication de l'UR, j'ai utilisé une méthode en 7 étapes basée sur le schéma de la roue de Deming (processus d'amélioration continu).



La première étape vise à identifier les éléments de contexte utiles à la mise en œuvre d'une stratégie de communication du projet. La seconde étape a pour objectif d'identifier les différents groupes cibles c'est-à-dire l'ensemble d'individus ou d'organisations que

l'on souhaite atteindre par a communication. L'étape 3 est celle de la détermination des objectifs de communication, soit les résultats que l'on souhaite atteindre par cette communication (indicateurs). Pour la quatrième étape, il est nécessaire de définir les messages adaptés aux groupes cibles. L'étape 5 consiste à élaborer le plan d'actions qui comprend un planning de communication (tableau avec l'ensemble des actions de communication planifiées) et éventuellement un plan de communication visuel (ligne de temps avec les actions pour chaque groupe cible). En sixième étape, il est primordial de faire le point sur le suivi du projet et l'adapter si besoin. Enfin, en septième et dernière étape, c'est le moment d'évaluer le projet et son plan de communication en vérifiant si les objectifs ont bien été atteints (débriefing).

Nous allons donc passer à la mise en place du plan de communication en suivant succinctement les étapes précédemment citées.

3.3.2. Rédaction du plan de communication

3.3.2.1. Etape 1 : Rappel du contexte

Compte-tenu de la partie 2 sur l'analyse interne et externe (matrice SWOT), nous allons nous contenter de rappeler le contexte très brièvement.

Depuis l'accueil du congrès national de Strasbourg en octobre 2016, l'UR et ses adhérents sont entrés dans une dynamique de mutualisation, de coopération et d'animation. De plus, un plan de développement national du mouvement a été validé lors de ce congrès. Ce dernier donne l'objectif suivant en 2020 : le mouvement devra atteindre les 70 000 salariés en favorisant le développement de nouvelles Scop mais surtout le développement des Scop existantes en favorisant la croissance interne et externe. En région, cela reviendrait à passer de 3 000 (atteints début 2017) à 4 000 emplois d'ici 2020. L'UR souhaite développer une identité régionale des Scop et Scic du Grand Est, qu'ils se sentent appartenir à un réseau fort et puissent devenir prescripteurs auprès de leur entourage. Cette stratégie est double puisqu'elle vise à développer le mouvement en région (créations de nouvelles Scop/Scic, développement de Scop existantes) et de le dynamiser (animations territoriales). L'UR a été exposé avec cet événement et de ce fait de nombreux partenaires souhaitent prendre part au développement des Scop et Scic en région (collectivités territoriales comme l'EuroMétropole de Strasbourg ou la Région Grand Est, e des banques coopératives comme la Caisse d'Epargne ou encore PEPITE de l'université). L'UR

souhaite mettre toutes les ressources en sa possession pour asseoir ce développement et développer sa vie de réseau.

3.3.2.2. Etape 2 : Analyse des groupes cibles

Le premier groupe cible de l'UR est constitué de ses adhérents soit les salariés des entreprises coopératives dans l'optique que ces derniers deviennent prescripteurs et donc ambassadeurs du mouvement des Scop et donc du réseau des Scop et Scic du Grand Est.

Le second groupe comprend ses partenaires comme les partenaires institutionnels (Etat, Région Grand Est, EuroMétropole de Strasbourg, Metz Métropole, etc.), les partenaires financiers (Caisse d'Epargne, Crédit Coopératif, Banque Populaire, BPI France, etc.), ses partenaires juridiques et comptables (Tribunaux de Commerce, Commissaire aux Comptes, Experts comptables, Avocats, etc.) et ses partenaires universitaires (PEPITE, PEEL : les pôles d'entrepreneuriat étudiant des ex-régions).

Pour ce projet, nous allons nous concentrer sur la cible première des adhérents puis dans un second temps sur les partenaires type institutionnels, financiers et universitaires.

L'UR attend de ces groupes cibles :

- Groupe cible 1 des adhérents : qu'ils comprennent le projet, soient convaincus de sa valeur ajoutée, y collaborent et convainquent les autres de sa nécessité.
- Groupe cible 2 des partenaires : qu'ils comprennent le projet, soient convaincus de sa valeur ajoutée, et y collaborent.

Les adhérents étant notre cœur de cible, nous devons identifier leurs freins et motivations concernant ce projet :

FREINS DES ADHERENTS AU PROJET	MOTIVATIONS DES ADHERENTS AU PROJET
<ul style="list-style-type: none"> - manque de compréhension du projet ; - pas de connaissance suffisante du mouvement ; 	<ul style="list-style-type: none"> - animations proposées par l'UR ; - rencontrer et échanger avec d'autres coopérateurs ; - créer des

<ul style="list-style-type: none"> - pas le vocabulaire spécifique ; - sentiment d'appartenance au réseau inexistant. 	<ul style="list-style-type: none"> coopérations/mutualisations ; - Gain de visibilité sur les Scop/Scic grâce au projet.
---	--

Remarque : Nous pouvons inventer des « Buyer Personae » de profils d'adhérents différents pour mieux choisir nos actions ouvertes à tous les adhérents, du novice à l'averti.

3.3.2.3. Etape 3 : Détermination des objectifs de communication

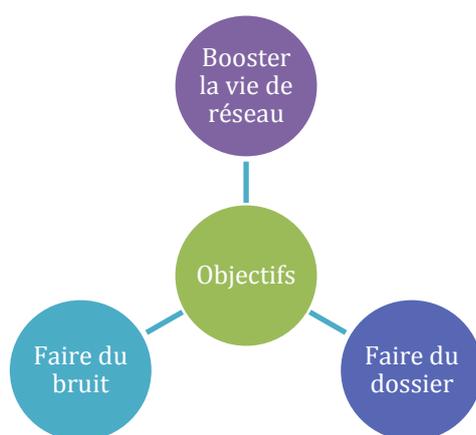
Le ou les objectifs de communication doivent être SMART : Spécifiques, Mesurables, Acceptables, Réalistes et Temporels.

L'objectif premier du projet est d'atteindre les 4 000 emplois coopératifs en région en 2020. L'UR souhaite développer son image, sa notoriété, ses partenariats et l'animation de son réseau.

Les objectifs du projet sont donc de :

- développer le mouvement coopératif en région : 4 000 salariés ;
- faire devenir ses adhérents des ambassadeurs.

Elle a donc retenu trois grands axes pour son plan de communication :



Les objectifs de communication du projet sont donc :

- Booster la vie de réseau,
- Faire du dossier,

- Faire du bruit.

La communication doit influencer l'adhérent sur 3 dimensions. Les objectifs de communication du projet à destination des adhérents selon les trois dimensions sont les suivants :

- la connaissance => Faire comprendre le projet ;
- l'attitude => Faire adhérer au projet ;
- le comportement => Faire contribuer au projet, faire devenir les adhérents des ambassadeurs.

En termes de résultats attendus, on peut se donner un objectif de mobilisation de 60% des adhérents dans les actions d'animation de réseau à mettre en place d'ici fin 2018. A terme du plan de développement, soit 2020, le résultat souhaité serait que près de 3 porteurs de projet sur 5 qui prennent contact avec l'UR proviennent de contacts des adhérents.

3.3.2.4. Etape 4 : Définition des messages à destination des groupes cibles

Nous pouvons définir le même message pour la cible des adhérents que pour la cible extérieure : « ***Un mouvement au service des ses adhérents*** » bien qu'il faut appuyer sur « ***des solutions de création/reprise/transmission dans lesquelles les salariés deviennent acteurs*** ».

Par ailleurs, l'UR a tout intérêt à communiquer sur les notions de gestion participative et d'épanouissement du salarié au travail tant auprès des adhérents que leurs partenaires.

L'idée pour véhiculer ses messages de communication est de partir des Scop/Scic existantes en région, de leurs salariés, de leurs savoir-faire et de raconter leurs histoires. Cela s'apparente un peu à du storytelling. « Le storytelling est littéralement le fait de raconter une histoire à des fins de communication. »

3.3.2.5. Etape 5 : Etablissement du plan d'actions

Les différentes actions à mettre en place seront expliquées dans les parties suivantes en détail (parties 3.3.3 et 3.3.4).

Les étapes 6 et 7 de suivi, d'adaptation et d'évaluation ne sont pas encore en cours. L'étape 6 devrait être abordée en juillet et septembre 2017. L'étape 7 sera réalisée à fin 2018.

3.3.3. Actions de Communication interne

Concernant la communication interne, nous allons axer cette communication sur l'animation réseau avec des événements fédérateurs (communication événementielle) et la diffusion de supports internes sur les actualités du réseau.

3.3.3.1. Petit journal des Scop et des Scic du Grand Est

Un des supports phare du plan de communication pour développer l'adhésion des salariés du mouvement et les faire devenir prescripteurs et ambassadeurs de la marque « Scop et Scic du Grand Est », est le **Petit Journal des Scop et des Scic du Grand Est**. Lors du congrès, un N°0 avait été édité pour l'occasion et avait bien plu aux adhérents comme aux partenaires puisque son graphisme et son contenu étaient dynamiques, originaux et clairs. C'est donc l'élément clé de notre nouvelle identité graphique signée les Scop et les Scic du Grand Est. Nous avons donc décidé de continuer cette publication à raison de 2 parutions semestrielles : une en mai et une en novembre. Pour ce faire, j'ai été à l'UR Rhône-Alpes, très avancée en matière de communication, pour faire du partage de bonnes pratiques sur leur communication.

Nous avons défini une ligne éditoriale avec des emplacements pour des rubriques préconçues qui seront présentes dans la quasi-totalité des numéros à paraître. Nous avons fait le choix de garder le format journal « double A3 ouvert/A4 fermé) et de le diffuser en version papier. Le numéro à paraître en mai 2017 est un numéro particulier puisqu'il enclenche cette nouvelle dynamique de politique d'animations territoriales. Nous avons fait le choix d'envoyer notre journal à l'ensemble des salariés des Scop et des Scic du Grand Est soit 3 000 salariés et de leur envoyer directement à domicile. Pour ce faire, nous avons envoyé un courrier aux dirigeants courant mars pour qu'ils demandent aux salariés leurs accords pour fournir leurs coordonnées à l'UR. A ce jour, nous avons récolté 60%

des adresses des salariés. Nous allons encore effectuer quelques relances mais pour la plupart, ils ne souhaitent pas diffuser leurs informations (20-25%).

Le Petit Journal N°1 est construit de la manière suivante :

- Page 1 – 1^{ère} de couverture : Titre, numéro, Gros titre sur la thématique, illustrations/photos, Edito du Président.
- Page 2 : Partie sur le Grand Est Coopératif, BD ludique avec l'explication de ce qu'est une Scop et une Scic (les salariés n'ont pas forcément connaissance du mouvement, de ses principes et valeurs), portraits de coopérateurs ou actualités du mouvement en région.
- Page 3 : Partie sur l'animation du réseau avec ici un événement fédérateur de rencontre des coopérateurs au Zoo d'Amnéville (qui est une Scop) : au programme Séminaire des coopérateurs, Team Building, Moments de convivialité et de restauration. Il y a aussi une rubrique sur le regard de nos partenaires et d'autres éléments type rappel de l'Assemblée Générale à venir de l'UR.
- Page 4 – 4^{ème} de couverture : Cette partie comprend les éléments pratiques du journal avec les rubriques suivantes : météo, jeux coopératifs, point formations, coordonnées de l'UR, annonce des nouvelles créations de Scop, Agenda du réseau, Modalités d'inscription Rencontre au Zoo, publicité sur notre annuaire numérique.

Je vous invite à consulter les journaux N°0 et N°1 (BAT 3 –BAT définitif en cours) dans la partie Annexes.

La conception du Petit Journal N°1 a été réalisée durant la période du 15 mars au 24 mai 2017, incluant la partie réflexion, rédaction, maquette et conception graphique finale par l'agence CHEEZ (aller-retour corrections de BAT, bon à tirer, compris). La partie impression et routage est programmée la semaine du 29 mai au 2 juin, suivi d'un envoi la semaine qui suit. Une relance sera faite à l'occasion de l'assemblée générale de l'UR organisée le 28 juin et une seconde relance sera effectuée début septembre. La date limite des inscriptions est fixée au 7 septembre.

Question budget, la conception, impression et envoi de cette action (pour 2 parutions annuelles) est de 12 000€ par an. Ce budget comprend les coûts suivants :

- Conception UR – temps de travail effectif (JJ) : 870€ HT
- Conception graphique avec l'agence de communication CHEEZ : 1030€ HT
- Impression, mise sous pli et routage par la Nancéienne d'Impression : 1 800€ HT
- Envoi par la Poste : 2 300€ HT

Nous arrivons donc à 6 000€ par numéro.

3.3.3.2. Réseaux sociaux

Sur le média Internet, l'UR ne bénéficie pas d'une visibilité suffisante. Elle est présente uniquement sur les réseaux sociaux avec sa page Facebook : Les Scop Grand Est – Alsace Lorraine Champagne-Ardenne. L'idée est de dynamiser cette page et de créer des profils de l'UR sur Twitter et LinkedIn.

A ce jour, la page Facebook compte 383 mentions J'aime soit +63,7% par rapport à Février 2016. En termes de contenus, nous diversifions nos statuts qui sont toujours des articles de presse mais aussi des invitations à des événements de Scop, des articles sur l'ESS et le mouvement, des offres d'emplois, des actualités dans les Scop. Les adhérents commencent à prendre l'habitude de nous envoyer des informations en amont pour qu'on les diffuse dans nos réseaux. Nous essayons de poster 3 à 5 éléments par semaine.

Nous allons travailler sur la visibilité de notre page en faisant des campagnes payantes Facebook pour atteindre une cible plus large sur notre zone de chalandise. Une première campagne est prévue en septembre et une autre en novembre 2017. En effet, ce sont deux périodes importantes pour nous puisqu'il y a la rencontre les coopérateurs en septembre et le mois de novembre est le mois de l'ESS, de nombreuses animations s'organisent chez les Scop et nos partenaires.

Les réseaux sociaux étant des outils de communication peut onéreux, il n'y a pas de budget prédéfini mais on peut tabler sur un coût maximum de 100€ par an pour 2 ou 3 actions promotionnelles de la page par an.

3.3.3.1. Événementiel

La partie événementielle est la plus attendue par les adhérents et les partenaires puisqu'elle permet de les rassembler et de les faire échanger. La communication

événementielle peut être définie comme un outil hors média basé sur la création d'événements afin de faire le lancement d'un produit, faire connaître une entreprise ou encore lancer une marque. Aujourd'hui, l'événementiel évolue avec des formats toujours plus originaux et innovants. Notamment dans le cadre d'événementiel d'entreprise, les entreprises sont à la recherche d'animations pour motiver, fédérer et développer l'esprit d'équipe au sein de leurs salariés. L'exemple du Team Building, locution anglaise qui signifie « construction d'équipe » et vise à resserrer les liens entre les membres d'une équipe, en est le plus parlant.

Pour cet axe, l'UR veut donc fédérer davantage et pour ce faire a besoin de venir à la rencontre de ses adhérents. Elle veut donc développer, en plus des moments de rencontre comme l'assemblée générale de l'UR, un événement fédérateur par an : la rencontre des coopérateurs du Grand Est.

Le premier numéro de la rencontre des coopérateurs se déroulera le 30 septembre 2017 au Zoo d'Amnéville qui est une Scop. Cet événement sera organisé de la manière suivante :

- 10H : *Accueil des participants – Petit déjeuner d'accueil et Présentation de la journée*
- 10H30- 12H30 : *Séminaire des Coopérateurs*
 - ❖ 10H30-11H : *Présentation du Mouvement Coopératif*
 - ❖ 11H-12H : *Ateliers d'expression (exemples : Outils de communication Quelles rubriques ? Quelles évolutions ? Ou Comment pouvons-nous communiquer ensemble ? Ou encore Comment devenir « ambassadeur » du mouvement coopératif pour contribuer à son rayonnement ?)*
 - ❖ 12H-12H30 : *Restitution des ateliers – Animation*
- 12H30-14H30 : *Barbecue*
- 14H30 – 16H30 : *Team Building – Jeux Coopératifs ou Visite libre du Zoo*
- 17H30 – 18H : *Pot de clôture*

Certains peuvent opter pour un Pass 2 jours et profiter de passer le weekend en famille au Zoo.

L'événement sera annoncé dans le Petit Journal à paraître en mai 2017 avec toutes les modalités pratiques (Programme de la journée, comment s'inscrire, tarifs pour les accompagnements). Les salariés devront se rapprocher de leur entreprise pour s'inscrire à

PRATIQUE
Rencontre des Coopérateurs du Grand Est

COMMENT S'INSCRIRE ?

Les modalités d'inscription :
Pour vous inscrire, vous devez vous **rapprocher de votre entreprise qui centralisera les inscriptions** de l'ensemble de ses salariés et de leurs accompagnants.

Principe : L'UR **prend en charge** l'inscription de chaque coopérateur (les salariés-associés et les salariés) qui comprend **un Pass 1 jour – Entrée au Zoo avec le déjeuner et le cocktail de clôture.**

Pour les accompagnants, conjoints et enfants une participation leur sera demandée selon la grille tarifaire suivante :

- Pass 1 jour Adulte : 15 €
- Pass 1 jour Enfant : 10 €

Si vous souhaitez participer au TEAM BUILDING

Vous devez le **notifier lors de votre inscription**. Dépêchez-vous les places sont limitées aux **100 premiers inscrits !**

EXTRA

Vous avez la possibilité de profiter de l'accès au parc tout le weekend en optant pour un Pass 2 jours !

- Option Pass 2 jours coopérateurs : 13 €
- Option Pass 2 jours Adulte accompagnant : 29 €
- Option Pass 2 jours Enfant : 21 €

rencontre. Par soucis d'organisation, les Scop et Scic feront la liaison avec l'UR et centraliseront les inscriptions de leurs salariés et accompagnants.

Règles d'inscription :

- L'UR prend en charge la participation de chaque coopérateur, salariés et salariés-associés confondus, à 100%.

- Elle demande une participation pour les accompagnants : 15€ par adulte et 10€ par enfant.

- Si les participants souhaitent opter pour un Pass

2 jours, il restera leur charge : 13€ pour un coopérateur, 29€ pour un adulte accompagnant et 21€ pour un enfant.

L'organisation de cet événement a commencé en janvier 2017. Il était nécessaire de trouver un lieu adéquat, de réfléchir au contenu de la journée et d'établir un budget prévisionnel. Le petit journal avec les informations définitives de l'événement a été validé lors du conseil d'administration du 12 mai. Les inscriptions seront ouvertes début juin, à réception du Petit Journal par les salariés et entreprises. Les dirigeants seront contactés au préalable pour la mise en place du système d'inscription.

Vous trouverez le tableau du budget en annexe. Nous attendons entre 350 et 500 participants à cette rencontre après avoir eu les retours des dirigeants et nos partenaires

quant à l'intérêt que les salariés porteraient à cet événement. Le budget global pour cet événement est compris entre 20 000 et 25 000€ (ajout de participants supplémentaires par rapport au tableau en annexe, du cocktail de clôture et d'une animation d'improvisateurs pour la restitution des ateliers d'expression).

3.3.3.2. Newsletter

A compter de juin 2017, une newsletter mensuelle sera mise en place à destination des adhérents, des permanents du mouvement coopératif et des partenaires.

Elle transmettra les actualités des Scop et Scic du Grand Est et expliquera des informations sur le mouvement avec une rubrique type « Les Scop pour les nuls ». Elle sera un condensé, sur la base de 3 informations par newsletter, du Petit Journal. En termes de budget, la création du newsletter n'est pas onéreuse. Elle sera effectuée en interne et sera envoyé via MailChimp, qui nous permettra même d'avoir des résultats sur nos envois (taux de clic, taux d'ouverture, etc.).

3.3.3.3. Distribution de supports de communication

Nous avons décidé d'envoyer chaque année des plaquettes de communication et des annuaires papier actualisés ainsi qu'un présentoir à chaque Scop et Scic pour qu'ils puissent avoir de la documentation sur les Scop en libre service dans leur entreprise. Cela permet à l'UR d'être visible et aux entreprises d'expliquer à leurs partenaires leur mode participatif. Cette action n'est pas encore budgétisée, sa mise en place sera effective plus tard. Nous envoyons déjà sur demande de la documentation et des présentoirs à nos adhérents. Par ailleurs, l'envoi des annuaires aux adhérents (enveloppe et timbre) coûte en moyenne 900€.

Nous venons de clôturer les actions de communication internes à mettre en place. Elles sont nombreuses mais complémentaires pour assurer une relation de confiance et durable avec les adhérents/salariés. Nous verrons ensuite les actions de communication externes qui sont en lien avec le réseau et l'animation des adhérents.

3.3.4. Communication externe

3.3.4.1. Annuaire Régional

L'annuaire régional est l'un des supports phares de l'UR (cf. le visuel de l'annuaire 2017 en annexe). Il est réalisé tous les ans depuis quelques années. Cette année, nous avons souhaité le refonder graphiquement en lui appliquant la nouvelle identité visuelle de l'UR (les couleurs du mouvement des Scop mais surtout le rouge Scop et le bleu utilisé lors du congrès national ainsi que la police Playlist qui est originale et moderne).

La parution de l'annuaire régional papier 2017 a suivi le planning suivant :

- Collecte d'informations sur les Scop et Scic et réalisation d'un chemin de fer (maquette avec pagination) avec intitulé des pages réalisés en interne : 8 décembre 2016 – 17 février 2017 ;
- Rédaction des pages intérieures (chiffres clés, définitions, édito, photos, publicités annuaire numérique et rencontre) : 17 février – 10 mars 2017 ;
- Conception graphique et Aller-retour corrections BAT avec l'agence de communication CHEEZ : 10 mars – 26 avril 2017 ;
- Envoi des fichiers à l'imprimeur et délais d'impression (demande spéciale de découpe de 10 onglets dans le sens inverse de la rainure et compte-tenu du nombre de pages, nécessité de réaliser un support en dos carré-collé – semblable à l'impression de livre) : 27 avril – 11 mai 2017 ;
- Livraison des supports imprimés à l'UR (700 exemplaires) : 12 mai ;
- Publipostage, mise sous pli et envoi : semaine du 15 mai
- Envoi des annuaires aux adhérents et partenaires : semaine du 22 mai y

En terme de budget, toutes étapes confondues, l'annuaire revient à 4,8€ HT l'unité soit 3 360€ pour 700 exemplaires. C'est un investissement de départ mais cette refonte permettra une réalisation moins coûteuse pour les années à venir. Le fichier source étant déjà créé.

3.3.4.2. Annuaire numérique

A l'occasion du congrès, nous avons souhaité coupler l'annuaire papier avec un annuaire numérique « Scop Grand Est » qui propose des fiches illustrées plus complètes des savoir-faire des Scop. Cet annuaire est disponible en ligne sur www.scop-grand-est.fr, adaptable tout support puisque c'est une interface responsive design. Il est possible de

télécharger l'application Scop Grand Est sur Apple Store et Google Play. La conception de ce site/app a nécessité une importante collecte d'informations (réalisée entre mars 2016 et octobre 2016) et il a été inauguré lors du congrès de Strasbourg. Sa conception par une agence de communication web (adhérente à l'UR) a coûté 15 000€. L'UR a maintenant la main sur le site et peut modifier, créer et mettre à jour les contenus des fiches. Ce support sera mis à jour régulièrement par une communication interne pour que les adhérents signalent eux-mêmes leurs changements et une campagne emailing/newsletter pour les informer de notifier leurs modifications.

3.3.4.3. Site internet

L'UR ne disposait pas de site internet. Or dans notre société, la première chose qu'un individu fait avant de passer à l'action et de rechercher des informations sur le sujet en question sur internet. Nous n'externalisons pas la conception du site internet pour le moment et avons choisi d'en concevoir un en utilisant la plateforme d'appui à la création de site WIX. Les contenus des pages et l'identité graphique ont été réfléchis et rédigés en mars-avril 2017. La rédaction des contenus en ligne et le référencement sont prévus pour juillet 2017 pour une mise en ligne en septembre. Ce sera un site vitrine simple reprenant les missions de l'UR, des éléments d'informations sur le mouvement, des actualités en lien avec la page Facebook, etc.

3.3.4.4. Réseaux sociaux

Cette partie a déjà été explicitée dans la partie communication interne.

3.3.4.5. Communiqué de presse

Les communiqués de presse sont rédigés pour informer de la création d'une nouvelle Scop/Scic, d'une nouveauté importante chez un adhérent (exemple : développement d'une nouvelle activité au sein de l'entreprise), de l'anniversaire d'une Scop adhérente ou encore pour informer les journalistes d'un événement organisé par l'UR. La rédaction et la diffusion des communiqués de presse sont réalisées en interne (peu coûteux). Ils doivent devenir systématiques à l'UR.

3.3.4.6. Événementiel

Les événements à destination du Grand Public sont nouveaux pour l'UR mais grâce à l'organisation du 1^{er} Start-Scop, elle s'est rendue compte qu'elle pouvait bénéficier de retombées importantes (presse, partenariat, etc.). Le Start-Scop est un événement, réservé généralement aux jeunes, qui permet de créer sa Scop en 48H. Il est co-organisé par la Région Grand Est, l'EuroMétropole et PEPITE ETENA (Pôle d'entreprenariat étudiant de l'université de Strasbourg et les PEEL des autres ex-régions).

Par rapport au 1^{er} Start-Scop, l'UR souhaite faire ressortir des projets plus aboutis. Elle veut l'organiser différemment en présentant deux phases avec un événement grand public et une finale Start-Scop.

Ci-dessous une proposition de planning en attente de validation :

- En septembre/octobre : organiser des ateliers/flash conférences sur le statut Scop avec des témoignages (ateliers/restitution conférence) : organisé à TCRM Blida à Metz sur un format 16h-20h.
- Format ludique à dupliquer sur chaque ex-territoire (dans un premier temps organisé l'événement mobilisateur à Blida-Metz).
- Les projets montent en finale à un endroit (Strasbourg ou Metz) pour créer en 48H en Novembre (Mois de l'ESS).
- Prévoir une journée de regroupement entre les deux : en octobre.
- Mois de l'ESS – Novembre : Start-Scop finale.

L'organisation d'un Start-Scop classique coûte 7 350€. Si la proposition en deux phases est retenue, cela atteindrait les 10 000€.

3.3.4.7. Lobbying

Les actions de lobbying sont déjà développées par l'UR mais vont être intensifiées ponctuellement pour mettre à profit les adhérents. Par exemple, la visite de la déléguée interministérielle à l'ESS, Odile Kirchner, au PTCE de Florange (Valo) qui comprend des coopératives en février 2017 ; ou encore la présentation du Schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisations par Sylvain Wassermann, conseiller régional et Président de la Commission Développement Economique de la Région Grand Est. Ces actions sont réalisées de manière spontanée en

fonction des opportunités. On ne peut donc pas les prévoir en amont du plan de communication et les budgétiser.

3.3.4.8. Partenariats

La partie développement de partenariats s'est amplifiée avec la signature de la convention de partenariat entre l'UR et les banques coopératives (Crédit Coopératif, Caisse d'épargne, Banque Populaire) lors du congrès d'octobre 2016. Cette convention inclut :

- des formations de sensibilisation des chargés d'affaire par l'UR ;
- l'envoi des contacts entreprises types PME dans une situation de transmission d'entreprise à venir à l'UR.

Les premières sessions de formation vont être dispensées en mai 2017 pour les chargés de mission de la Caisse d'Epargne.

Ce partenariat permet de gagner en visibilité auprès des banques et autres partenaires financiers et de communiquer en interne aux adhérents sur les actions de développement économiques du mouvement par l'UR.

Pour clôturer cette partie des actions de communication externe, nous allons présenter un plan de communication globale avec les différentes actions à mener placées sur un planning.

3.3.5. Plan de communication globale

Je vous invite à consulter le Plan de communication globale et le budget prévisionnel afférant pour la période octobre 2016 – décembre 2018. Les éléments chiffrés sont sans cesse en mouvement. Un plan s'adapte au fur et à mesure.

A la date du 2 mai 2017, nous sommes à 103 460€ pour le plan de communication de l'UR sur cette période.

CONCLUSION

Pour conclure, les analyses précédemment faites nous ont permis de dégager des axes pour développer la communication de l'UR auprès de ses adhérents. Les notions de communication institutionnelle et d'ambassadeur en sont ressorties et nous ont permis de choisir des actions de communication à mener comme la parution de supports internes ou la communication événementielle.

La mise en place des actions choisies est en cours et nous n'aurons les résultats qu'à fin 2018. Il m'a donc été difficile de développer la partie Suivi et Evaluation dans l'élaboration de mon plan de communication.

Cependant, la tendance montre que les adhérents, les Scop et Scic du Grand Est, ont tout intérêt à devenir des ambassadeurs sur leur territoire. L'exemple de la mobilisation lors du Congrès National en est frappant : + de 70% des Scop et Scic du territoire ont été mobilisées.

Ce projet m'a permis de développer une autonomie dans mon travail, un esprit d'équipe et de bonnes capacités d'adaptation qui me serviront dans ma carrière professionnelle future.

SYNTHESE

Les Scop sont à un tournant de leur histoire : à peine reconnues, de nouvelles formes coopératives ont émergé à leurs côtés (Scic, CAE...). La loi Économie Sociale et Solidaire reconnaît les acteurs et les dynamise, reconfigurant la place de chacun, tandis que d'autres types d'entreprises, dites sociales, se développent, et que d'autres formes de travail, autour du vocable d'économie collaborative, émergent, rencontrant un succès d'estime croissant. Dans ce contexte, les adhérents historiques du mouvement coopératif sont challengés, et les nouveaux doivent trouver leur place. L'idéal coopératif se transforme et le militantisme tend à s'essouffler.

À l'heure où la question de la représentativité syndicale est posée, la question de l'identité de ces organisations, comme celle de leur visibilité et de leur lisibilité, est essentielle. Dans une société dominée par le jeu des médias, on voit bien qu'il ne suffit plus de fédérer un grand nombre d'adhérents pour être tout à fait légitime. À la représentation par le vote s'est ajoutée une forme de représentation par la part de voix sur le marché des médias.

En outre, les coopératives se sont souvent institutionnalisées, construisant et entretenant avec les pouvoirs publics des relations de proximité. Si les coopératives ont un statut bien spécifique dans l'univers entrepreneurial, elles sont néanmoins elles aussi confrontées à l'arrivée de nouveaux entrants, lesquels sont tentés de les contourner ou de les concurrencer.

Face à l'ensemble de ces changements, fort de sa place aujourd'hui, mais conscient des défis qui sont les siens, le mouvement Scop a réfléchi à son plan de développement 2016-2020, lors de son Congrès 2016.

L'Union Régionale des Scop du Grand Est se doit d'asseoir ce développement à son échelle. Grâce à l'impulsion du congrès, elle est entrée dans une dynamique nouvelle dans laquelle les adhérents souhaitent davantage se rencontrer, échanger. Dans d'autres unions régionales comme celle de Rhône-Alpes, il a été prouvé que plus d'une Scop sur trois

étaient à l'origine d'une création de nouvelle Scop. Les adhérents constituent donc un bon moyen de prescription du mouvement sur leur territoire et grâce à une communication adaptée et à une animation forte sur les territoires, ils peuvent devenir ambassadeur de la « marque Scop ». Ce résultat a poussé l'UR Grand Est à réfléchir à l'importance de sa communication.

Compte-tenu des forces et opportunités qui ont été recensées lors de l'analyse stratégique, l'UR est en mesure de se donner les moyens de faire des efforts de communication auprès de ses adhérents mais aussi auprès de ses partenaires.

La communication institutionnelle qu'elle met en place pour les deux ans à venir va permettre de changer significativement la vision qu'on les adhérents et les partenaires du mouvement. L'UR va développer une communication événementielle réservée aux adhérents mais également en interaction avec les acteurs locaux et multiplier les supports de communication interne pour devenir omniprésente chez les adhérents.

A travers un plan de communication bien ficelé mêlant actions de communication interne et externe avec une identité visuelle nouvelle, l'UR va gagner en visibilité et lisibilité sur la région. La bonne gestion et régularité des actions de communication vont permettre aux adhérents de développer un sentiment d'appartenance fort aux « Scop et Scic du Grand Est » et devenir ambassadeurs pour à leur tour porter les valeurs, principes et messages véhiculés par le mouvement.

Bibliographie - Webographie

Bibliographie :

- Demoustier D., Draperi J-F. et Richez-Battesti N. (2014), *Atlas Commenté de l'Economie Sociale et Solidaire 2014 – CNCRES* (3^{ème} éd.), Paris, Juris éditions Dalloz, 205 p.
- Draperi J-F. (2012), *La République Coopérative – Théories et pratiques coopératives aux XIXe et XXe siècles*, Bruxelles, Editions Larcier, 327 p.
- Liret P. (2016), *La Solution Coopérative*, Paris, Editions Les petits matins, 635 p.
- Dantou J-R. (photographie) et Gronner J-L. (2012), *Ceux qui aiment les lundis – Travailler en Scop*, Paris, Editions du Chêne, 119 p.
- Lendrevie J. et Lévy J. (2014), *MERCATOR 11^e édition*, Dunod, 1027 p.

Webographie :

- <https://blogs.mediapart.fr/marie-anne-kraft/blog/240713/le-modele-cooperatif-une-alternative-au-capitalisme-et-au-socialisme-detat>
- <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/014000320.pdf>
- <http://scop2016.coop/sites/fr/scop2016/>
- <https://www.definitions-marketing.com>
-

TABLE DES MATIERES

SOMMAIRE	1
INTRODUCTION	2
MEMOIRE	4
1. Etudes documentaires et ad hoc sur le Mouvement Coopératif	5
1.1. Présentation et poids du Mouvement Coopératif	5
1.1.1. Origines de la coopération en France.....	5
1.1.1.1. Origines et cadre de la coopération.....	5
1.1.1.2. Champ de l'Economie Sociale et Solidaire.....	5
1.1.2. Législation et Principes de la coopérative	7
1.1.2.1. Les valeurs et principes d'une coopérative.....	7
1.1.2.2. Définition de la coopérative.....	9
1.1.3. Le paysage coopératif.....	9
1.1.3.1. Les typologies de coopérative.....	9
1.1.3.2. Les chiffres clés de la coopération en France.....	10
1.1.3.3. Top 100 des entreprises coopératives.....	11
1.1.4. Coopération, innovation et ancrage territorial.....	12
1.1.4.1. Le modèle coopératif : une réponse à la conjoncture actuelle	12
1.1.4.2. Les coopératives, facteurs d'innovation.....	13
1.1.4.3. L'ancrage territorial des coopératives	13
1.1.5. Les coopératives, face à de nouveaux défis	15
1.1.5.1. Défense, valorisation et transmission du modèle coopératif.....	15
1.1.5.2. Adaptation, accompagnement et aspiration au changement.....	16
1.1.5.3. Développement de l'intercoopération et des logiques de regroupement.....	16
1.1.5.4. Développement international des coopératives.....	17
1.2. Fonctionnement et Poids du Mouvement des Scop.....	18
1.2.1. Définitions et Principes des sociétés coopératives et participatives	18
1.2.1.1. Les Sociétés Coopératives et Participatives (Scop).....	18
1.2.1.2. Les Sociétés Coopératives d'Intérêt Collectif (Scic)	20
1.2.1.3. La coopérative de Loi 47	22
1.2.1.1. La Coopérative d'Activité et d'Emploi (CAE).....	23
1.2.1.2. Comparatif entre une SARL classique et une Scop	23
1.2.2. Histoire et Organisation du mouvement des Scop	23
1.2.2.1. Histoire du Mouvement des Scop.....	23
1.2.2.2. Organisation du Mouvement des Scop.....	24
1.2.3. Les chiffres clés des Scop et Scic en France.....	27
1.2.3.1. Poids économique des Scop et Scic.....	27
1.2.3.2. Origines de créations des Scop et Scic.....	27
1.2.3.3. Créations de coopératives et emplois générés	28
1.2.3.4. Répartition sectorielle.....	29
1.2.4. Enjeux et Chantiers du Mouvement Scop	29
1.2.4.1. Etude sur les mots du mouvement	30
1.2.4.2. Plan de développement 2016-2020.....	32
En octobre 2016 s'est tenu le 36 ^{ème} Congrès National des Scop à Strasbourg qui a pour objectifs de voter les prochaines résolutions et le plan de développement pour les quatre ans à venir.....	32
1.3. L'Union Régionale des Scop de l'Est.....	32
1.3.1. Structures et missions de l'URSCOP Est.....	33
1.3.2. Organisation de l'URSCOP Est	34
1.3.2.1. Accompagnement de l'UR.....	35
1.3.3. Les Scop et Scic du Grand Est.....	37
1.3.4. Son contexte	38
2. Analyse et Diagnostic de la situation	38
2.1. Analyse de l'environnement interne de l'URSCOP Est.....	39

2.1.1.	Les atouts de l'URSCOP Est.....	39
2.1.1.1.	Sur le plan des ressources humaines.....	39
2.1.1.2.	Sur le plan financier.....	40
2.1.1.3.	Sur le plan stratégique et organisationnel	40
2.1.1.4.	Sur le plan managérial.....	41
2.1.1.5.	Sur le plan développement/commercial.....	41
2.1.1.6.	Sur le plan politique et juridique.....	42
2.1.1.7.	Sur le plan marketing et communication.....	42
2.1.2.	Les faiblesses de l'URSCOP Est.....	43
2.1.2.1.	Sur le plan des Ressources humaines.....	43
2.1.2.2.	Sur le plan stratégique et organisationnel	43
2.1.2.3.	Sur le plan managérial.....	44
2.1.2.4.	Sur le plan développement/commercial.....	44
2.1.2.5.	Sur le plan marketing/communication.....	44
2.1.2.6.	Sur le plan politique	45
2.1.3.	La Matrice d'ABELL.....	45
2.2.	Analyse de l'environnement externe de l'URSCOP Est.....	48
2.2.1.	L'outil PESTEL	48
2.2.1.1.	Les facteurs politiques et légaux.....	49
2.2.1.2.	Les facteurs économiques	49
2.2.1.3.	Les facteurs sociaux.....	50
2.2.1.4.	Les facteurs technologiques	50
2.2.1.5.	Les facteurs environnementaux.....	51
2.2.2.	Facteurs clés de succès	51
2.3.	Diagnostic : Matrice SWOT	53
2.4.	Rappel de la problématique dans son contexte	56
3.	Plan d'actions de communication	58
3.1.	Bilan sur les outils et supports de communication déjà mis en place	59
3.2.	Accueil du Congrès National et organisation du Village Coopératif.....	60
3.3.	Plan de communication.....	61
3.3.1.	Méthode d'élaboration du plan de communication.....	61
3.3.2.	Rédaction du plan de communication	63
3.3.2.1.	Etape 1 : Rappel du contexte	63
3.3.2.2.	Etape 2 : Analyse des groupes cibles	64
3.3.2.3.	Etape 3 : Détermination des objectifs de communication.....	65
3.3.2.4.	Etape 4 : Définition des messages à destination des groupes cibles	66
3.3.2.5.	Etape 5 : Etablissement du plan d'actions	66
3.3.3.	Actions de Communication interne.....	67
3.3.3.1.	Petit journal des Scop et des Scic du Grand Est	67
3.3.3.2.	Réseaux sociaux	69
3.3.3.1.	Événementiel.....	69
3.3.3.2.	Newsletter	72
3.3.3.3.	Distribution de supports de communication	72
3.3.4.	Communication externe.....	72
3.3.4.1.	Annuaire Régional.....	73
3.3.4.2.	Annuaire numérique.....	73
3.3.4.3.	Site internet.....	74
3.3.4.4.	Réseaux sociaux	74
3.3.4.5.	Communiqué de presse	74
3.3.4.6.	Événementiel.....	74
3.3.4.7.	Lobbying.....	75
3.3.4.8.	Partenariats.....	76
3.3.5.	Plan de communication globale.....	76
	CONCLUSION.....	77
	SYNTHESE.....	78
	Bibliographie - Webographie.....	80

TABLE DES MATIERES.....	81
ANNEXES.....	84
TABLE DES ANNEXES.....	85

ANNEXES

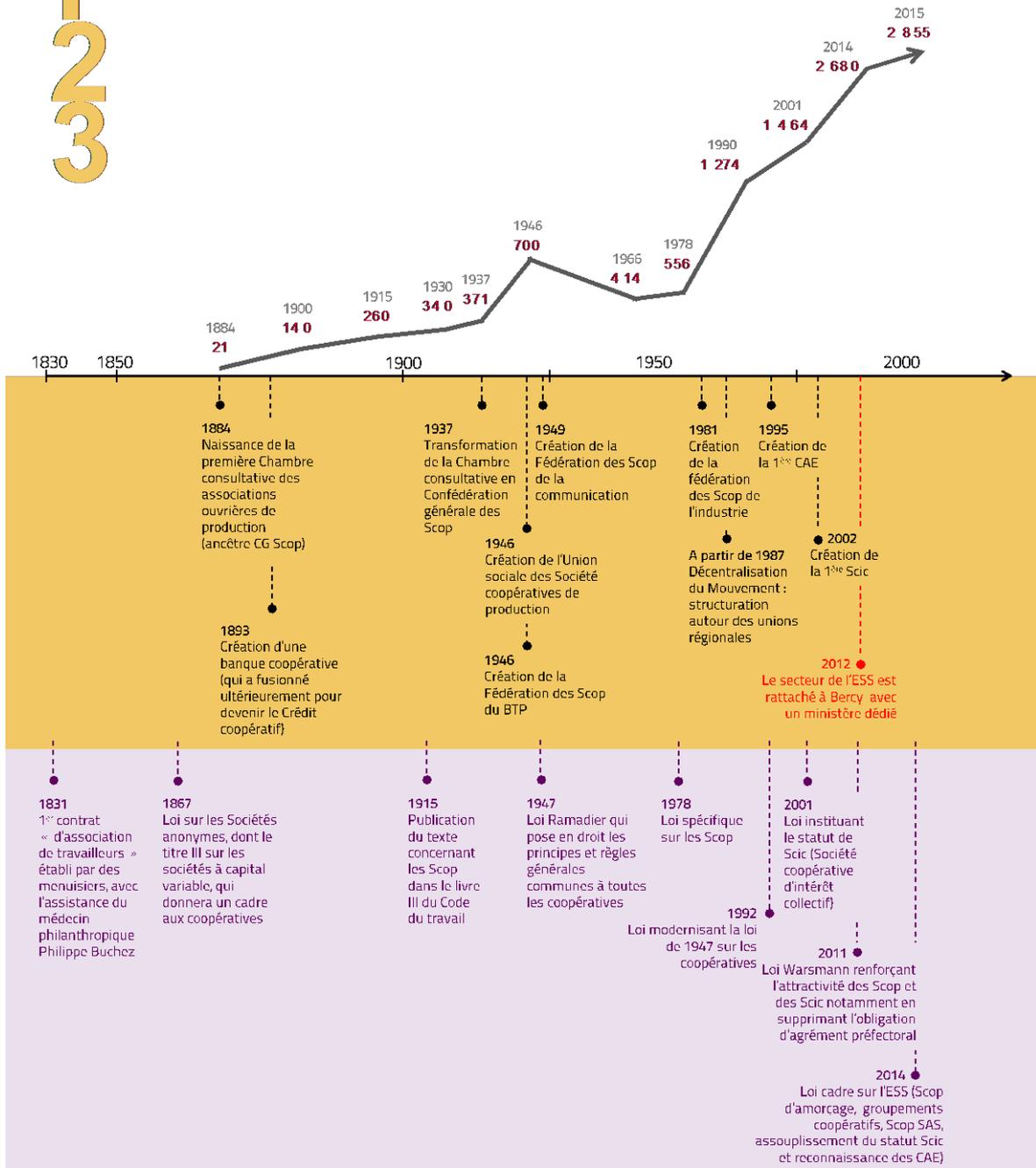
TABLE DES ANNEXES

Annexe 1 : Historique du Mouvement.....	86
Annexe 2 : Les Mots du Mouvement Mapping Général.....	87
Annexe 3 : Les Mots du Mouvement Mapping Stratégique	88
Annexe 4 : Les résolutions 2016-2020.....	89
Annexe 5 : Tableau comparatif entre une SARL classique et une SARL Scop	94
Annexe 6 : Positionnement et Segmentation URSCOP Est – Matrice ABELL	96
Annexe 7 : Analyse PESTEL	97
Annexe 8 : Gantt Congrès 2016.....	100
Annexe 9 : Diagramme de GANTT – Accueil du Congrès (organisation régionale)	102
Annexe 10 : Budget Union Régionale Congrès National des Scop - Strasbourg	107
Annexe 11 : Petit Journal du Grand Est – Spécial Congrès de Strasbourg	109
Annexe 12 : Annuaire Régional 2017 (il compte 72 pages – il sera remis lors de la soutenance)	115
Annexe 13 : BAT 3 Petit Journal des Scop et des Scic du Grand Est N°1 Mai 2017	116
Annexe 14 : Budget Prévisionnel Rencontre des Coopérateurs – Zoo d’Amnéville – 30 septembre 2017.....	120
Annexe 15 : Budget pour l’organisation d’un Start-Scop.....	123
Annexe 16 : Plan de communication globale et budget prévisionnel (au 2 mai 2017).....	124

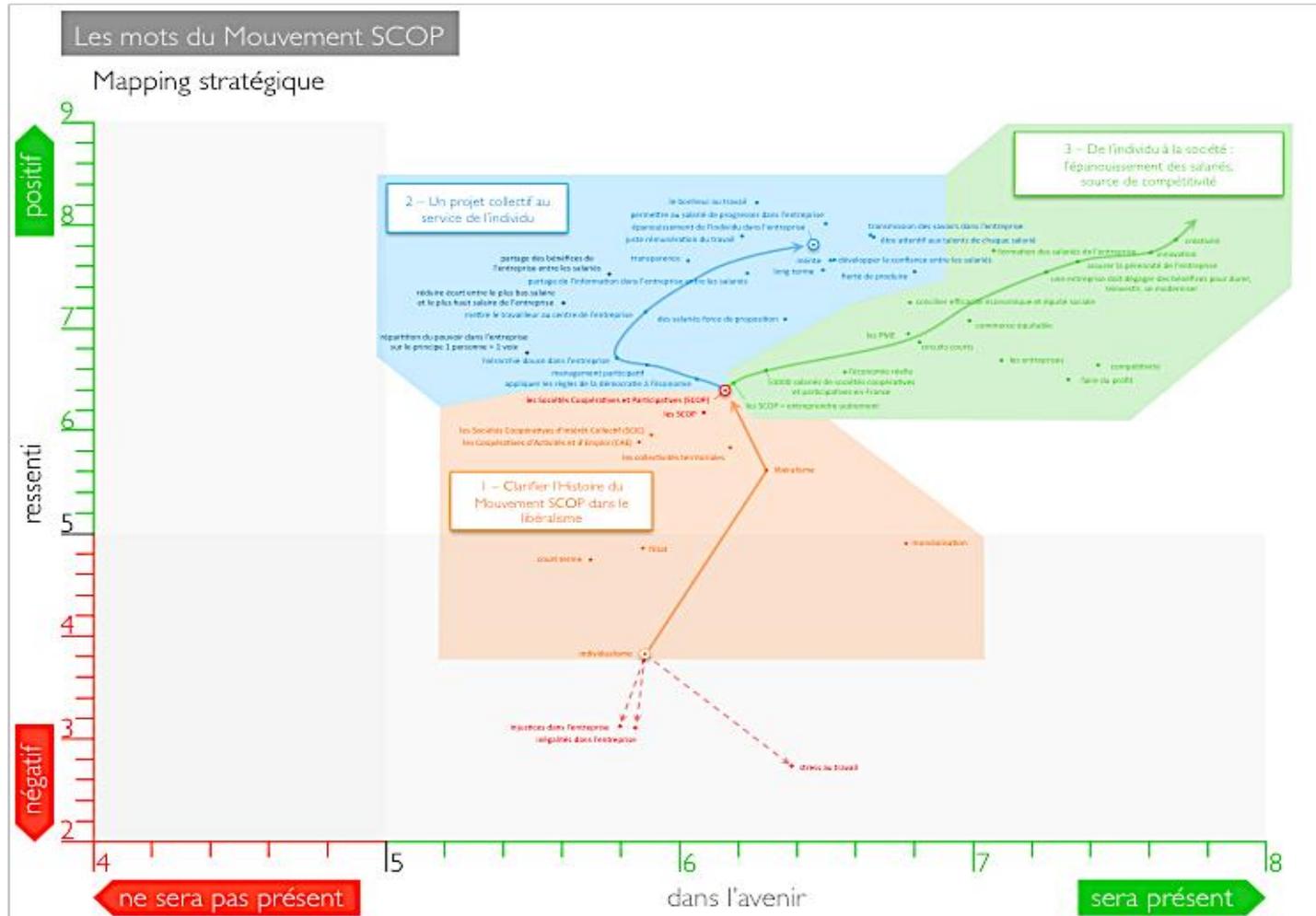
la construction du Mouvement

CE SCHÉMA PERMET DE LIRE

1
2
3



Annexe 3 : Les Mots du Mouvement Mapping Stratégique



les résolutions 2016-2020

adoptées au 36^e Congrès national
des Scop et des Scic,
à Strasbourg
le 20 octobre 2016

lescop
SOCIÉTÉS COOPÉRATIVES
ET PARTICIPATIVES

3 grands axes d'orientations

1. Affirmer le projet sociétal
du Mouvement

2. Renforcer l'efficacité du
Mouvement au service de la
performance des adhérents

3. Franchir un nouveau palier
de développement

1. Affirmer le projet sociétal du Mouvement

Depuis son origine, le Mouvement Scop porte une vision différente de l'entreprise et plus largement de la société : celle de la place de l'humain au cœur des actions et des décisions. Par leur gouvernance démocratique et le partage équitable des richesses créées, les Scop et les Scic incarnent la réconciliation entre performance économique et valeurs sociales et sociétales, donnant ainsi un véritable sens au travail et valorisant le capital comme un instrument et non une finalité. Cette quête de sens est aujourd'hui omniprésente dans notre société confrontée à des transitions porteuses à la fois de formidables opportunités mais aussi de risque de dérives multiples. Pourtant, la solution coopérative n'apparaît encore qu'insuffisamment aux yeux de nos concitoyen.ne.s. Même si l'image des Sociétés coopératives et participatives s'est réellement améliorée depuis une dizaine d'années, le Mouvement doit encore gagner en visibilité et en influence. Cette notoriété affirmée servira le développement du Mouvement dans son ensemble, mais aussi celui de chaque coopérative. C'est donc collectivement que nous progresserons en portant à chaque occasion nos valeurs pour incarner beaucoup plus largement une voie de progrès et de réalisation des individus, établissant le socle d'une transformation sociale.

► Le Mouvement Scop démontrera les performances du modèle des Sociétés coopératives et participatives, en valorisant les réussites coopératives de toutes origines (créations, transmissions-reprises, transformations) et leurs pratiques favorisant autant l'épanouissement des salarié.e.s que la performance économique, l'un renforçant l'autre.

Le Mouvement inscrit son action au sein de l'économie sociale et solidaire et des instances coopératives françaises et internationales. Il affirmera son projet sociétal par une stratégie et des moyens de communication mettant en avant le projet collectif des Scop et des Scic au service de l'épanouissement individuel, en diffusant ses propres indicateurs RSE, et en investissant davantage les réseaux sociaux. Il appuiera, dans tous les pays où elles émergent, les initiatives qui renforcent les approches coopératives de l'entreprise.

► Aux côtés des actions institutionnelles, les Scop et les Scic sont les meilleures ambassadrices de ce projet sociétal. Le Mouvement mobilisera les coopérateur.rice.s dans ses actions d'influence avec des outils permettant de générer des opportunités dans leurs réseaux professionnels, personnels ou territoriaux.

Cette synergie sera particulièrement porteuse en matière :

- de valorisation du statut auprès des client.e.s, fournisseur.euse.s, associations professionnelles ;
- de témoignages dans les établissements d'enseignements : écoles, universités ;
- d'accueil dans les coopératives de stagiaires, jeunes, d'élue.e.s, etc.

► Parce qu'elles seront les véritables actrices du changement, les jeunes générations bénéficieront d'une attention croissante de la part du Mouvement dans ses actions de communication et d'accompagnement de projets.

Poursuivant ses actions pour développer les principes coopératifs dans les programmes éducatifs, le Mouvement renforcera également sa présence dans les tiers-lieux et incubateurs d'entreprises innovantes, et favorisera l'implication des jeunes coopérateur.rice.s dans ses actions et instances.

2. Renforcer l'efficacité du Mouvement au service de la performance des adhérents

Rassembler, promouvoir, accompagner, animer les Scop & Scic adhérentes constitue la raison d'être de notre Mouvement. Que ce soit au niveau national (Confédération générale, fédérations de métiers) ou au niveau régional (unions régionales), chaque structure a à cœur de répondre avec compétence et efficacité aux besoins des coopératives aux différentes étapes de leur existence : création, premières années, croissance et développement, périodes de difficulté, succession du/de la dirigeant.e...

Dans le cadre de la réflexion prospective menée en préparation de la nouvelle mandature, plusieurs axes d'évolution et de progrès ont été identifiés. Il s'agit en premier lieu de la nouvelle organisation territoriale du Mouvement, guidée par trois principes :

- un découpage politique correspondant au découpage administratif des nouvelles grandes régions ;
- une proximité renforcée pour améliorer le maillage territorial ;
- des niveaux d'organisation complémentaires au service des adhérents (local, régional, inter-régional et confédéral).

► Le Mouvement mettra en place l'organisation territoriale d'ici la fin 2017. Il s'agit non seulement du périmètre des 9 unions régionales tel qu'adopté en Direction nationale, mais également la constitution de comités ou de pôles territoriaux dans chaque union régionale permettant de fédérer, d'animer et développer les liens entre coopératives du territoire, dans une logique de proximité politique et technique et d'affirmation de notre présence locale.

Dans le cadre de l'accompagnement des adhérents, une double logique doit être renforcée : l'accompagnement individuel et l'animation collective.

► Le Mouvement accompagnera de manière plus structurée l'évolution du projet coopératif de chaque Scop/Scic (implication des coopérateurs.rice.s, vie et formations coopératives...) ainsi qu'une culture renouvelée de gestion des richesses humaines et de management coopératif. Il développera dans ces domaines un observatoire des pratiques et favorisera les échanges entre adhérents.

► Afin de créer un véritable réseau de liens, dynamique et solidaire, le Mouvement favorisera l'interconnaissance entre les Scop et les Scic par des rencontres par territoires, par métiers ou filières, et en développant des plateformes collaboratives permettant des synergies : partage de ressources, de savoir-faire, tutorat/mentorat, co-développement, etc...

Alors que la révision coopérative est placée au cœur du respect des principes coopératifs et de la pérennité économique de la coopérative, l'accompagnement des adhérents intégrera les valeurs ajoutées des différents axes de la RSE.



Franchir un nouveau palier de développement

Le bilan du plan de développement 2012-2015 nous permet de disposer de bases saines et solides pour franchir un nouveau palier et nous autorise plus d'audace, plus d'ambition en termes de développement des Scop & Scic, par croissance interne ou externe.

► Le Mouvement mobilisera et renforcera ses ressources pour accompagner le développement des coopératives adhérentes, en détectant les potentiels, en apportant un réel appui stratégique et opérationnel, et en stimulant les inter-coopérations.

Dans ce cadre, la diversité des coopératives et des coopérateur.rice.s en termes de statuts, de métiers, de compétences et d'expériences constitue un véritable atout. En s'appropriant de nouveaux outils collaboratifs, le Mouvement facilitera les coopérations en termes de marchés et de réseaux, propices à l'émergence de groupements de Scop.

Au côté des champs de la création ex-nihilo ou de la reprise d'entreprises en difficulté, notre positionnement sur la transmission d'entreprises saines aux salarié.e.s doit être amélioré, notamment par les Scop d'amorçage. Cet objectif doit être conçu en complémentarité avec et en appui de celui de l'accompagnement d'opérations de croissance externe de Scop existantes, exprimé ci-dessus.

► Le Mouvement déploiera ses actions de veille et d'influence auprès des pouvoirs publics et des acteurs économiques et sociaux pour un contexte favorable à la transmission de PME aux salarié.e.s : environnement législatif et réglementaire, partenariats avec des réseaux affinitaires, et actions concertées d'ancrage de savoir-faire et d'emplois, notamment industriels et techniques, sur nos territoires.

La filière industrielle devra à ce titre donner lieu à la constitution d'une véritable stratégie de développement concertée entre les Scop existantes et les transmissions-reprises par les salarié.e.s.

Le troisième objectif est d'inciter la création et le développement de coopératives sur des secteurs à forte croissance au sein desquels l'idée coopérative et l'innovation sociale doivent trouver leur pleine expression.

► Le Mouvement développera une stratégie ciblée sur les activités porteuses des grandes transitions économiques, sociales et environnementales : économie numérique et collaborative, énergie citoyenne, économie circulaire et de proximité, nouveaux modèles de services à la personne, etc. Par l'innovation sociale constamment apportée par les Scop & les Scic, les incubateurs et les Coopératives d'activités et d'emploi, il s'agit de faire rayonner au sein de ces secteurs notre modèle d'entreprise respectueux des travailleur.euse.s, des client.e.s/utilisateur.rice.s et des territoires.

Au regard de ces différents objectifs, le Mouvement s'assurera :

- de la bonne complémentarité des compétences de proximité, des compétences nationales et des expertises pouvant être mutualisées ;
- de la disponibilité et accessibilité des moyens de financement du Mouvement et de ses partenaires.

Annexe 5 : Tableau comparatif entre une SARL classique et une SARL Scop

	SARL Classique	SARL Scop
Nombre minimum d'associés	2	2 salariés associés
Capital minimum	Libre	Supérieur à 30€
Pouvoir des associés en assemblée générale	Proportionnel au capital détenu	1 salarié-associé = 1 voix
Statut du gérant	Salarié ou non Pas d'allocation chômage	Salarié Droit aux allocations chômage
Valorisation du patrimoine	Plus-value distribuée aux associés	Pas de plus-value

Répartition du résultat	Libre	Trois parts : <ul style="list-style-type: none"> - La part « travail » revient aux salariés <ul style="list-style-type: none"> - La part « entreprise » revient aux réserves - La part « capital » est réservée aux associés
Participation des salariés	Obligatoire à partir de 50 salariés	Systematiquement mise en place. Au minimum 25% du résultat
Réserves	5% du résultat obligatoire	Au minimum 16% du résultat
Impôts sur les sociétés	Oui au taux de droit commun	Oui au taux de droit commun avec des exonérations d'IS en fonction de la répartition du résultat
Contribution économique territoriale	Oui	Non

Annexe 6 : Positionnement et Segmentation URSCOP Est – Matrice ABELL

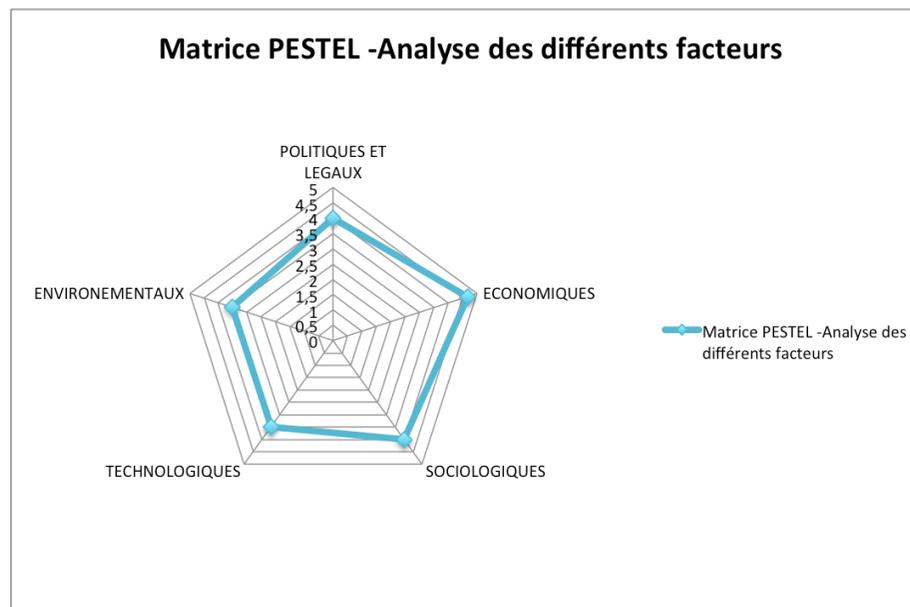
Positionnement et segmentation de l'association URSCOP Est - Matrice ABELL			
Comment ?	Pour qui ?	Pour quoi ?	Classement
Création ex-nihilo Scop/Scic/Coopérative de loi 47	Entrepreneurs qui souhaitent avoir un projet collectif	Gestion participative et démocratique (Principe une personne égal une voix des salariés-associés) - 2 salariés associés minimum - Exonérations fiscales avantageuses	2
	Auto-entrepreneurs qui souhaitent se regrouper pour un projet commun		
Placement en Coopérative d'activités et d'emploi	Auto-entrepreneurs qui souhaitent donner du sens à leur emploi (gestion coopérative)	- Sécurité de l'emploi (un auto-entrepreneur en CAE est salarié et a donc droit aux indemnités chômage et à la protection sociale d'un salarié classique) - encadrement par la CAE (gestion administrative, formation etc.	2
	Salariés en situation de licenciement économique	Maintien de l'activité économique et des emplois sur le territoire. Protection sociale du dirigeant. Implication et participation des salariés à la gestion de l'entreprise.	1
Salariés dont l'entreprise est en redressement judiciaire			
Salariés dont l'entreprise est en liquidation judiciaire			
Salariés dont l'entreprise est en situation de cessation de paiement			
Salariés dont l'entreprise est à la recherche d'un nouveau repreneur			
Repreneurs qui souhaitent acquérir une entreprise avec une gestion participative			
Cédants qui souhaitent trouver un repreneur			
Transmission d'entreprises saines	Salariés dont l'entreprise est à la recherche d'un nouveau repreneur	Maintien de l'activité économique et des emplois sur le territoire. Céder aux personnes qui ont contribué au développement et à la pérennité de l'entreprise : solution originale et sûre de reprise.	4
	Dirigeants de plus de 55 ans qui sont à la recherche d'une solution de transmission		
Transformation d'associations en Scop/Scic	Salariés ou membres d'association qui veulent entreprendre dans le cadre d'une solution partagée	Evolution vers une activité commerciale en sauvegardant les principes de fonctionnement « associatifs » et en permettant d'associer les salariés et autres parties prenantes au projet.	3

Annexe 7 : Analyse PESTEL

ANALYSE PESTEL			
FACTEURS	IMPORTANCE (notation sur 5)	INFLUENCE	TENDANCE
POLITIQUES ET LEGAUX			
Loi relative à l'ESS : encadrement supplémentaire des coopératives, labelisation entreprise sociale et solidaire (Agrément ESUS) -> visibilité et lisibilité supplémentaire.	3	Positive	L'UR ne communique pas encore sur cet agrément ESUS
Loi NOTRe avec la réorganisation territoriale : subventions accordées maintenues sur la base du montant des 3 ex-régions	5	Positive ou Négative en fonction du budget alloué (budget déterminé annuellement donc incertain sur la durée)	Se confirme dans le temps (subventions annuelles)
Elections présidentielles et législatives conditionnement le lobbying (place détenue par les Scop dans l'intérêt du gouvernement)	4	Positive ou Négative	En fonction des programmes mais cela évolue dans le temps
MOYENNE	4		
ECONOMIQUES			
Baisse des dotations de l'Etat	5	Négative	Tend à se confirmer
Relance de l'activité économique : Mouvement des coopératives (notamment Scop) en pleine expansion -> Relance du secteur du B.T.P, Industrie et essor des secteurs innovants (numérique, nouvelles technologies)	5	Positive	Relance déjà visible de certains secteurs
Concurrence accrue : rachat d'entreprises françaises par des groupes internationaux -> délocalisation des sites de production donc perte d'emplois et chômage	4	Négative (sauf si reprise par les salariés possible)	Menace belle et bien présente de groupes étrangers
MOYENNE	4,67		
SOCIOLOGIQUES			

Taux de chômage en région Grand Est supérieur à la moyenne nationale mais enregistre une baisse de 3,4% en 2016	3	Négative mais baisse Positive	Tendance positive, à voir dans le temps
Les salariés et entrepreneurs souhaitent une nouvelle vision de l'entreprise : participative et collaborative. Modèle adapté à la "génération Y" : les jeunes souhaitent concilier intérêt personnel et travail grâce à une transparence de l'information et à une participation aux prises de décisions	4	Positif	Evolution des mœurs vers le collaboratif
Les individus sont de plus en plus connectés (mobinaute) : importance de développer une stratégie de communication responsive	5	Positif	Déjà ancré mais tend à se développer davantage
MOYENNE	4		
TECHNOLOGIQUES			
La région Grand Est est une région portée de plus en plus sur l'innovation : dispose de 7 des 70 pôles de compétitivité français (Lor'n Tech - issue du programme French Tech, Grand Est numérique, etc.)	3	Positif	Tend à se confirmer
Les entreprises du Grand Est disposent de savoir-faire artisanaux et industriels reconnus et spécifiques (Ex: Eurofence seul constructeur français de clôtures et portails métalliques -> savoir-faire à sauvegarder en France.	4	Positif	Menace des groupes étrangers et de perte de savoir-faire français
MOYENNE	3,5		
ENVIRONNEMENTAUX			
Le positionnement Développement Durable et Responsabilité Sociétale d'Entreprise est en vogue : impact positif sur l'image	3	Positif	Tend à se confirmer

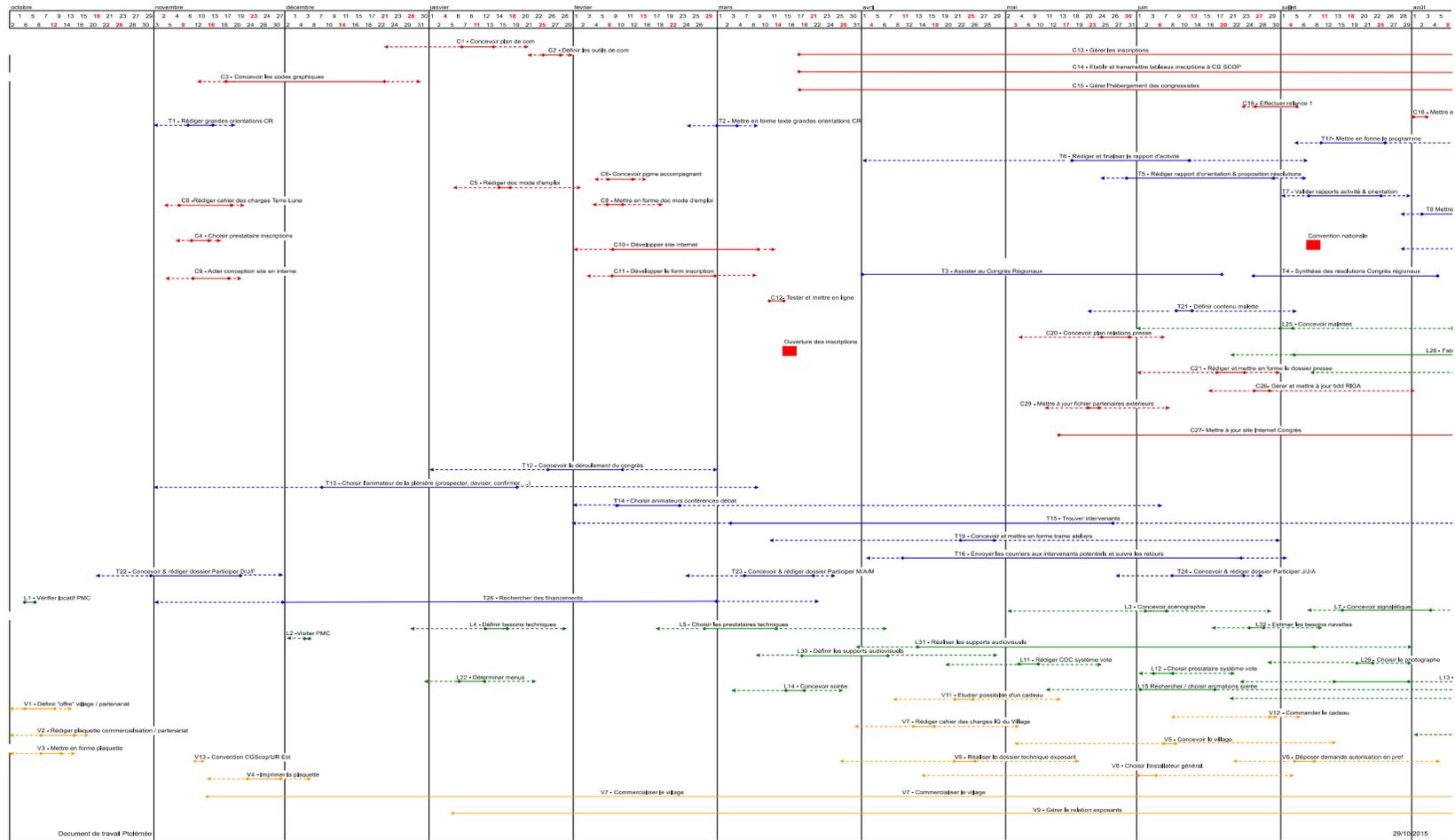
Les filières innovantes (bourgeoisements de l'économie) rencontrent une grande adhésion auprès des français et matérialisent une vision nouvelle de l'économie : économie circulaire, économie collaborative, circuits courts	4	Positif	Opportunités de développement
MOYENNE	3,5		

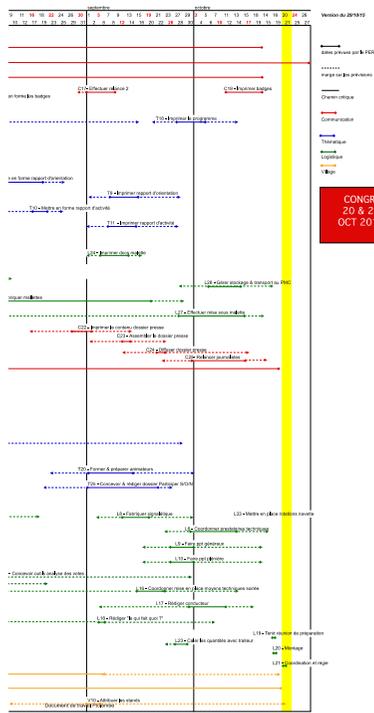


Annexe 8 : Gantt Congrès 2016



GRAPHE DE GANTT DU CONGRÈS DES SCOP 2016





20/10/2016

Annexe 9 : Diagramme de GANTT – Accueil du Congrès (organisation régionale)

36 ème Congrès National Gantt - Village Coopératif

20 avr. 2017

URSCOP

<http://36emecongrèsnationalurscopeganttpoint.fr>

Chef de projet

Dates de début/fin du projet

9 nov. 2015 - 23 oct. 2016

Avancée

3%

Tâches

47

Ressources

0

Rétroplanning des tâches pour l'organisation du 36ème Congrès National des Scop, organisé par la CGSCOP en partenariat avec l'URSCOP de l'Est, chargée de:

- Village Coopératif
- Cadeau aux congressistes
- Faire le lien entre la CGSCOP et les partenaires locaux

L'URSCOP a la volonté de faire un congrès ancré dans le territoire, ce qui se manifestera par l'organisation d'animations thématiques visant à améliorer l'image des scop et scic de l'Est, structurer la relation avec certains partenaires et faire des partages de savoir-faire; des rendez-vous d'affaires.

36 ème Congrès National Gantt - Village Coopératif

20 avr. 2017

Tâches

2

Nom	Date de début	Date de fin
Commercialiser le Village Coopératif	09/11/15	08/09/16
Aménagement du Village Coopératif et du Stand UR	06/03/16	30/05/16
Réflexion sur Aménagement et Eclairage du Village Coopératif <i>Prendre une étudiante en stage (Ecole de Condé) pour travailler sur l'aménagement et le deign du Village Coopératif/Stand UR: en réflexion?</i>	17/03/16	18/05/16
Lister les partenaires Village Coopératif + Stand UR <i>De quelle manière connaître leur implcation/présence?</i>	06/03/16	30/05/16
Organisation concernant les objets exposés/consommés sur le stand <i>- Etablir des devis - organisation matérielle</i>	06/04/16	30/05/16
Support Numérique Annuaire des Scop Stand UR <i>Envoi du Cahier des Charges pour la cartographie interactive des Scop/Scic (annuaire numérique) à: - IMAUGIS - Yvan Corsiglia (Nice Penguins) - Anthony Lacroix Délais de conception: - 3 à 4 semaines pour l'application - 5 à 6 semaines pour le TBI</i>	07/03/16	21/06/16
Rédaction Cahier des Charges Support Numérique Annuaire Scop	07/03/16	21/03/16
Envoi du cahier des charges Support Numérique	22/03/16	22/03/16
Délais réception devis Support Numérique	22/03/16	07/04/16
Deadline Réception Devis Support Numérique Annuaire Scop	08/04/16	08/04/16
Choix du prestataire - formation d'un Comité de sélection Support Numérique <i>Rassembler un Comité pour le choix.?</i>	08/04/16	26/04/16
Prise de Commande Support Numérique	27/04/16	27/04/16
Délais de conception Support Numérique	31/05/16	21/06/16
Point Livraison support en cours de conception Support Numérique	31/05/16	31/05/16
Allers-retours 2 finitions Support Numérique	31/05/16	21/06/16
Livraison Support Numérique final	22/06/16	22/06/16
Tournée 1 réunions territoriales	07/03/16	05/04/16
Réunion territoriale Mulhouse Préparation Congrès National	07/03/16	07/03/16

36 ème Congrès National Gantt - Village Coopératif

20 avr. 2017

Tâches

3

Nom	Date de début	Date de fin
Réunion territoriale Nancy Préparation Congrès National	08/03/16	08/03/16
Réunion territoriale Charleville-Mézières Préparation Congrès National	10/03/16	10/03/16
Réunion territoriale Mtz Préparation Congrès National	14/03/16	14/03/16
Réunion territoriale Troyes Préparation Congrès National	22/03/16	22/03/16
Réunion territoriale Reims Préparation Congrès National	04/04/16	04/04/16
Réunion territoriale Strasbourg Préparation Congrès National	05/04/16	05/04/16
Visite du Palais de la Musique et des Congrès de Strasbourg / CA	17/03/16	17/03/16
CA Bilan concernant les Congrès Régionaux et Nationaux des Scop		
Congrès Régional des Scop/Scic de l'Est à Metz	29/04/16	29/04/16
Conférence Téléphonique Point Congrès Régional/National avec membres du CA	07/04/16	07/04/16
- Faire récapitulatif de toutes les réunions territoriales (MAJ) pour la conférence téléphonique à 17h		
Collecte d'informations BDD/Fiche info Support Numérique	15/03/16	08/06/16
Création de la BDD Scop/Scic Compil	15/03/16	29/03/16
Validation de la fiche info Scop/Scic et de la BDD support	30/03/16	07/04/16
Publipostage - pré-remplissage des fiches info Scop/Scic	08/04/16	17/04/16
Envoi de la fiche info aux Scop/Scic	18/04/16	18/04/16
Collecte et relance fiches info Scop/Scic	19/04/16	05/05/16
Compilation des données fiche infos ajout/modif avec BDD support	06/05/16	19/05/16
Marge critique prévisions Collecte et Livraison BDD support finale	20/05/16	25/05/16
Echéance/délais fourniture BDD support au prestataire	20/05/16	08/06/16
36ème Congrès National des Scop à Strasbourg	19/10/16	22/10/16
Cadeau aux congressistes	07/03/16	09/09/16
Propositions des coopératives lors des réunions territoriales	07/03/16	05/04/16
Rédaction d'un Appel d'offre fermé aux Scop et Scic de l'Est et validation	25/03/16	26/03/16

36 ème Congrès National Gantt - Village Coopératif

20 avr. 2017

Tâches

4

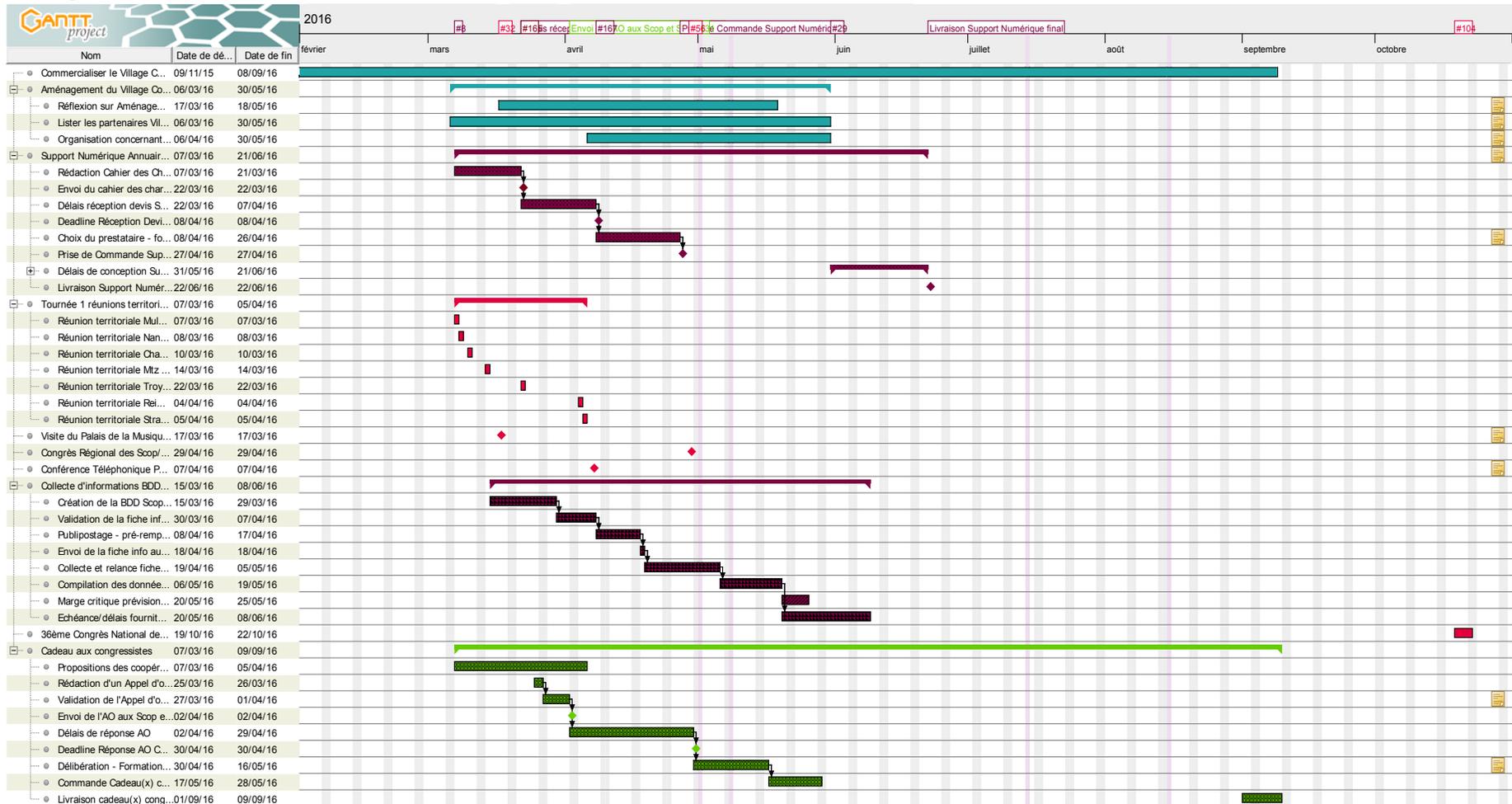
Nom	Date de début	Date de fin
Validation de l'Appel d'offre <i>en interne:</i> <i>- Directrice</i> <i>- Président</i>	27/03/16	01/04/16
Envoi de l'AO aux Scop et Scic de l'Est	02/04/16	02/04/16
Délais de réponse AO	02/04/16	29/04/16
Deadline Réponse AO Cadeau congressistes	30/04/16	30/04/16
Délibération - Formation d'un Comité de sélection <i>Choix d'un ou plusieurs cadeaux</i>	30/04/16	16/05/16
Commande Cadeau(x) congressistes	17/05/16	28/05/16
Livraison cadeau(x) congressistes	01/09/16	09/09/16

36 ème Congrès National Gantt - Village Coopératif

20 avr. 2017

5

Diagramme de Gantt



Annexe 10 : Budget Union Régionale Congrès National des Scop - Strasbourg

PRODUITS		
Poste	Montant en €	Détails
Commercialisation de stands exposants	63 000	Vente de stands à des partenaires et des Scop/Scic sur le Village Coopératif
Autofinancement	72 000	autofinancement UR SCOP EST
Financement Conseil Régional Grand Est	50 000	
Financement Euro Métropole Strasbourg	50 000	dont Pass transport trois jours pour les congressistes Communication EurOptimist (affichage PMC, Gare, Ville, Réseaux Sociaux, etc) Impression des supports de communication Congrès de l'UR Conception du stand UR (mobilier bois conçu en interne) Prise en charge d'une partie de la location des espaces loués pour le Congrès (à voir?)
TOTAL PRODUITS	235 000	

CHARGES

Poste	Montant en €	Détails
Location PMC et Aménagement Village Coopératif	54000	Location des espaces du PMC nécessaires au Congrès (Village, Hall, Amphithéâtres, salle de restauration, etc.) Aménagement du Village Coopératif et de l'Espace d'exposition Schweitzer Coût des stands (espace, installation générale, branchements, mobilier de base, nettoyage, enseigne, spot, électricien, agent sécurité, implantation, suivi)
Organisation du Village Coopératif: Mobilier et autres	18 000	Aménagement du Village avec du mobilier réalisé par des coopératives, location de plantes vertes (frais de location, gestion logistique, conception aménagement, assurance, etc.)
Espaces Exposition	10 000	Exposition de réalisations de Scop et Scic (frais d'aménagement des espaces, mobilier adéquat, gestion logistique échelle Grand Est, assurances, gestion administrative et suivi, livraison et montage/démontage)
OPERATION Jeunes	12000	Organisation du Start Coop Jeunes (Créer un projet de Scop en 48h) Location de la salle nécessaire aux équipes pour le montage de projets en Scop Frais de restauration et d'hébergement pour les participants Coûts d'utilisation (Wifi, électricité, gestion administrative, accompagnement, coaching, jury et remise de prix Start Coop Jeunes, suivi) Organisation de l'afterwork Jeunes (frais de communication, gestion des participants, cocktails, interventions de coopérateurs et de partenaires)
Opération Développement coopératif /rdv d affaires	4 000	Organisation de temps fort Développement Coopératif durant le congrès: Invitation des partenaires Scop/Scic de l'Est et URSCOP Est pour échanger autour du développement coopératif sur le territoire (conception, envoi et gestion des invitations, organisation de temps d'animation sur le Village pour les participants extérieurs, feuille de route Découverte du Mouvement Coopératif)
Challenge Construction Coopérative	6000	Jeu coopératif à base de constructions de petits chalets en bois (produits par une Scop) en équipe
Animations	16 000	Animations sur le Village Coopératif (quizz, défilé de mode, accueil musical, contes, etc)
Invitations Communication	22 000	Conception du journal d'invitation des Scop et Scic de l'Est, impressions, routage, envoi national + conception de cartes postales d'invitation partenaires extérieurs Scop/Scic + URSCOP Est
Charges de personnel dédiées	40 000	
Annuaire Numérique des Scop et Scic de l'Est	15 000	Développement d'une interface responsive et d'une application numérique du 1er annuaire numérique des Scop et Scic de l'Est (conception, développement, fiches, collecte d'informations, suivi, mise en ligne, communication)
Transport	18 000	Pass transport des congressistes
Cadeaux régionaux aux congressistes	20 000	Achat de cadeaux locaux réalisés par des Scop et Scic qui ont pour finalité de raconter l'histoire de l'UR et des Scop et Scic de l'Est aux congressistes (conception graphique pour certains, réalisations uniques pour le congrès, corrections, logistique)
TOTAL CHARGES	235000	

Petit Journal du Grand Est



CAP SUR STRASBOURG POUR LE CONGRÈS OFF

Edito du Président

Partages de savoir-faire, rencontres, convivialité sont les lignes de conduite que nous nous sommes données pour vous accueillir à Strasbourg dans le Village Coopératif lors du Congrès National des Scop.

Depuis quelques mois, l'ensemble des Scop et Scic du Grand Est vous attendent et se préparent pour vous :

À partager leurs savoir-faire :

- La première application numérique des Scop et Scic du Grand Est
- Une exposition de leurs savoir-faire et de leurs réalisations permettant d'envisager les plus grandes rencontres et collaborations

À vous rencontrer avec une volonté d'organiser :

- Des rendez-vous d'affaires en B to B
- Des rencontres thématiques avec nos Scop et Scic par domaine d'activité (architectes/bureaux d'études, entreprises d'insertion/formation ou encore les entreprises du BTP)

Dans un espace de convivialité :

- Créer un lieu de convivialité afin que les rencontres soient les plus propices et agréables possibles

Le village sera le lieu d'effervescence du Congrès où se déroulera en permanence des animations. Vous pourrez y déguster une bière coopérative, participer au challenge de construction coopérative, répondre à un jeu de découverte autour de l'annuaire numérique, ou simplement vous détendre sur des espaces cosy permettant la rencontre au fil des multiples travaux du Congrès National.

Ce journal vous donnera un aperçu de notre envie et de l'énergie dégagée par les Scop et Scic du Grand Est pour vous rencontrer et partager ensemble des moments indélébiles.

Nous vous avons réservé de nombreuses surprises à cette occasion, jeter un coup d'œil à l'intérieur pour en découvrir un avant-goût !



*A bientôt
au Village Coopératif !*

Hervé MARESCHAL
et le conseil
d'administration
de l'UR Grand Est

Les Scop et Scic du Grand Est vous attendent à Strasbourg
du 19 au 21 octobre 2016 au Congrès National des Scop.



leScop
SOCIÉTÉS COOPÉRATIVES
ET PARTICIPATIVES
GRAND EST
Strasbourg
europtimist

Au programme du Congrès OFF !

BIENVENUE DANS LE Village Coopératif

Partage de savoir-faire, de rencontres et de convivialité...

De nombreuses surprises vous y attendent...

Entre autres, le lancement de notre annuaire numérique, une boutique coopérative et un bar coopératif !

RENDEZ-VOUS SUR LE STAND SCOP ET SCIC DU GRAND EST

Légende
● Espaces de convivialité
□ Stands exposants

ANNUAIRE NUMÉRIQUE



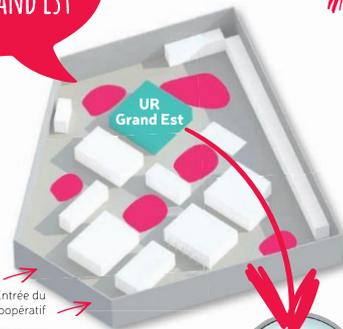
Le congrès de Strasbourg est l'occasion parfaite pour le lancement du

1^{er} annuaire numérique des Scop et Scic du Grand Est !

LE SAVIEZ-VOUS ?

L'URSCOP Grand Est est la première UR à lancer un annuaire numérique référençant ses entreprises coopératives !

Nos ENVIES : vous accueillir dans un espace à notre image, mêlant business et convivialité, vous permettant d'avoir une vitrine de nos savoir-faire régionaux.



Entrée du Village Coopératif



QUIZZ

Vous pouvez télécharger l'application mobile sur vos smartphones et tablettes pour participer à nos quizz régionaux durant le congrès !

De nombreux cadeaux issus des coopératives seront offerts !

EXPOSITION D'OBJETS DE SCOP ET SCIC DE L'EST

A l'entrée du Palais des Congrès et de la Musique de Strasbourg, vous découvrirez une exposition de réalisations des entreprises coopératives du Grand Est mettant en valeur leurs savoir-faire !

Dans cet espace, venez-vous détendre et échanger !





NOS VALEURS SONT CAPITALES !

Savoir-faire

BOUTIQUE COOPÉRATIVE

Découvrez la boutique coopérative présente sur le stand Scop et Scic du Grand Est !

En exclusivité, des objets et produits régionaux réalisés spécialement pour le congrès par les coopératives du territoire...

Rapportez un petit bout de Grand Est dans votre région !



CADEAUX



Les Scop et Scic du Grand Est sont impatientes de vous faire **partager leurs savoir-faire** à travers ces cadeaux représentatifs de leurs histoires et de celle de l'UR.

Plusieurs coopératives nous ont fait des propositions originales de **cadeaux Locaux et Coopératifs**... fabriqués spécialement pour vous !

Venez les découvrir !

BAR COOPÉRATIF ET ESPACES DE CONVIVIALITÉ



CONVIVIALITÉ ET BONNE HUMEUR !

Rendez-vous au **bar coopératif** sur le stand Scop et Scic du Grand Est afin de **déguster plusieurs variétés de bières brassées** par une coopérative, accompagnées de produits locaux !

Vous pourrez vous relaxer et profiter des animations sur les espaces de convivialité aux abords du bar coopératif.



Rencontres



INGÉNIEUX ET CRÉATIFS !

CONGRÈS OFF

Les entreprises coopératives du Grand Est souhaitent faire bénéficier le territoire de la ferveur du Congrès et des valeurs coopératives.



START - SCOP

En association avec PEPITE, sera organisé le **1^{er} START-SCOP !** Jeunes et étudiants devront créer leur SCOP en 48H.

Vont-ils relever le défi ?



AFTERWORK JEUNES

Êtes-vous intéressé pour partager votre expérience de la coopération ?

C'est l'opportunité de participer à un Afterwork pour rencontrer des étudiants intéressés par le mouvement et ses valeurs dans une ambiance décontractée !

RDV D'AFFAIRES

Les Scop et Scic du Grand Est souhaitent profiter de ce congrès pour vous rencontrer !

* RDV sur la page
LES PETITES ANNONCES DU Grand Est

DÉVELOPPEMENT COOPÉRATIF

« Solution Coopérative ? »

Les Scop et Scic de l'Est ont la volonté d'élargir les invitations à leurs partenaires pour leur faire découvrir les valeurs coopératives et les bienfaits de la coopération !

Les acteurs du Grand Est souhaitent se mobiliser ensemble autour de la Solution Coopérative en région !



Convivialité

ANIMATIONS

PARTICIPEZ AU
Challenge de construction coopérative

ENSEMBLE CONSTRUISONS !



Cette activité originale et ludique fera ressortir l'esprit d'équipe et la coopération. L'objectif est de **construire coopérativement** le plus vite possible ! Récompenses coopératives à la clé !

Vous pouvez dès à présent **constituer vos équipes de 4 à 5 personnes** et vous inscrire à votre arrivée sur le stand Scop et Scic du Grand Est.



CECI EST UN AVANT-GOÛT DES SURPRISES QUE NOUS VOUS RÉSERVONS...
VOUS EN VOULEZ D'AVANTAGE ?



AU PROGRAMME :
des spectacles, de la musique,
des animations...
et même de la mode coopérative !



ATTENTION DYNAMISME !

PRÉVISIONS MÉTÉO

du 19 au 22 octobre 2016



EN PASSANT PAR LE GRAND EST

Avant votre escapade strasbourgeoise, quelques petits mots et expressions du Grand Est que vous entendrez certainement !

Liste d'expressions locales pour vous acclimater !

- Hôplà : pour encourager à faire quelque chose
- Wie Gehit's : Comment ça va ?
- Géhéts : ça va / bien
- Un stück : un petit morceau
- Un schlout : une gorgée
- Clancher : ouvrir la porte
- Naveux-naveuse : dégouté(e), une personne qui ne peut pas boire après quelqu'un d'autre, on dit d'elle qu'elle est naveuse !
- Ajouter des « le » ou des « la » devant les noms et prénoms : « la Marie ! »
- On prononce « Wui » au lieu de « Oui »



RAPPEL INSCRIPTION CONGRÈS

Toujours pas inscrit au Congrès 2016 de Strasbourg ? Il est toujours temps de s'inscrire !

Pour en savoir plus sur les modalités d'inscription, de remboursement et de vote, les transports et l'hébergement, rendez-vous sur www.scop2016.coop



COORDONNÉES CONTACT UR

lescop

SOCIÉTÉS COOPÉRATIVES ET PARTICIPATIVES

GRAND EST

UNION RÉGIONALE DES SCOP

5, rue Morey - 54000 Nancy

tél. : 03 83 37 47 80

urest@scop.coop



Le Grand Est et Vous

PROGRAMME DES SORTIES ACCOMPAGNANTES ET WEEKEND DE VISITES COOPÉRATIVES

Jeudi 20 octobre de 9h30 à 12h30

Découverte de Strasbourg - Promenade en bateau et visite de la cathédrale

Vendredi 21 octobre de 9h30 à 18h00

Découverte du nord de l'Alsace - Betschdorf et ses poteries, Wingers-sur-Moder, musée Lokaue

Samedi 22 octobre de 9h30 à 17h30

Découverte de l'Alsace - Promenade à Strasbourg, déjeuner à l'Ancienne Douane, Mont Sainte Odile et visite de cave à Barr

Pour le Congrès 2016 de Strasbourg, le Mouvement des Scop a souhaité vous offrir la possibilité de découvrir la région de l'Alsace. Plusieurs activités sont organisées de manière à satisfaire la curiosité de chacun. Vous pouvez également retrouver toutes les informations sur Strasbourg en visitant le site officiel de la ville.

Vous pouvez dès à présent retrouver les programmes détaillés des journées, réserver l'excursion de votre choix et payer avec la billetterie en ligne sur www.scop2016.coop



LIGNE TGV

Depuis le 3 juillet 2016, la Ligne à Grande Vitesse Est Européenne a été mise en ligne. Elle accélère les liaisons vers l'Alsace et le cœur de l'Europe - Allemagne, Belgique et Luxembourg. Un formidable gain de temps qui place Strasbourg dans le club très convoité des villes à moins de 2 heures de Paris !



YEA! CITIZ

Pour découvrir Strasbourg et ses environs (Haut Koenigsbourg, Mont St Odlé, Obernai, La Route des Vins, ou encore aller faire un tour dans le biergarten Allemand).

Citiz propose aux congressistes qui le souhaitent de pouvoir utiliser les voitures en libre service Yea! pendant le congrès.

Sans frais d'inscription, sans abonnement au tarif de 0,10€/minute ou 3,5€/heure + 0,35€/km.

Un formulaire d'inscription simplifié sera proposé, demandant juste une copie du permis de conduire et une caution CB de 600€.

Rdv sur le stand Scop et Scic de l'Est si vous êtes intéressés pour les formalités !

Vous pourrez repérer et récupérer les voitures via l'application mobile !



SOIRÉE UR EST

On s'est aimé, on ne veut plus se quitter !

Pour clôturer cette belle organisation du Congrès, nous vous invitons à passer ensemble la soirée du 21 octobre...

Dans un lieu de vie culturelle emblématique de Strasbourg !

La soirée est prise en charge par l'UR pour ses adhérents, une participation sera demandée pour les non adhérents

Pour vous inscrire, prenez contact avec l'UR !

VENEZ PROFITER DE LA SOIRÉE !



REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier toutes les Scop et Scic du Grand Est qui ont contribué pleinement à l'organisation de ce congrès, en particulier :

- In Situ Architectes pour l'implantation et l'aménagement du Village Coopératif
- Marina Studio pour le prêt de mobilier
- EBS Le Relais Est et Le Relais Lorrain pour le prêt de mobilier
- Scop Espaces Verts pour la mise à disposition de plantes
- La Brasserie de Nettancourt pour l'approvisionnement du bar coopératif
- Cheez pour la conception graphique des supports de communication régionaux du congrès
- Arterriel et Jazzus Production pour les animations artistiques
- Sol'vers pour l'approvisionnement en vin
- Maisons GICO pour la conception et fabrication des chalets du challenge coopératif
- CITIZ pour la mise à disposition de voitures en libre service
- Manufacture Textile des Vosges, Fonderie Rollinger, Réseau Esprit Vosges, Antigone et Synercoop pour leurs propositions de cadeaux coopératifs régionaux.



Nous remercions également le Conseil Régional Grand Est et l'Euro Métropole de Strasbourg pour leurs soutiens dans la préparation de ce Congrès.





LES PETITES ANNONCES DU Grand Est

Les Scop et Scic du Grand Est vous attendent à Strasbourg du 19 au 21 octobre 2016 au Congrès National des Scop.

Désireuses de connaître les entreprises coopératives de toute la France, les Scop et Scic du Grand Est souhaitent profiter de ce congrès pour vous rencontrer ! Ces rencontres peuvent aussi bien prendre la forme de rendez-vous d'affaires B to B que de groupes thématiques de discussions constructives.

Vous trouverez ci-dessous des petites annonces de Scop et Scic du territoire à la recherche d'autres coopératives !

BTP

Menuiserie : Entreprise de Menuiserie-Agencement, basée en Marne, souhaite rencontrer des coopératives du domaine de la formation susceptibles de répondre aux problématiques de formation sécurité dans le BTP. **Annnonce N°160720**

Travaux Publics : Entreprise coopérative générale de Bâtiment Travaux Publics, près de 30 ans d'expérience, une centaine de salariés, recherche entreprise du B.T.P de même taille partout en France pour développer des partenariats. **Annnonce N°164834**



Constructeur Bois : Concepteur, Fabricant et Constructeur de maisons bois sur mesure, basé dans les Vosges, recherche des maîtres d'œuvre et charpentiers dans d'autres régions. **Annnonce N°160721**

Génie Climatique : Entreprise de près de 200 salariés réalisant l'installation, la maintenance et la mise en service d'équipements de chauffage, de ventilation, de climatisation et de traitement d'air, est en quête de partenariats avec des entreprises du secteur pour répondre à des appels d'offre Grand Est. **Annnonce N°164526**

Electricité : Entreprise d'électricité générale, basée en Moselle, est ouverte aux échanges avec d'autres coopératives du secteur pour du partage d'expérience et de savoir-faire. **Annnonce N°164524**



Construction de réseaux électriques : Entreprises coopératives intervenant dans la construction de lignes électriques, de postes de transformation et d'éclairage public dans le département de l'Aube, sont preneuses de partages d'expériences et de savoir-faire de coopératives dans l'Electricité. **Annnonce N°164532**



Restauration Patrimoine : Entreprise coopérative spécialisée dans la restauration de monuments historiques en menuiserie et charpente, depuis plus de 30 ans, est à la recherche de coopératives et notamment d'architectes orientés patrimoine pour du partage de savoir-faire, des partenariats. **Annnonce N°164525**

INDUSTRIE

Textile : Manufacture de textile vosgienne recherche des clients potentiels tous secteurs confondus pour leur présenter leurs savoir-faire locaux et des collaborateurs pour sous-traiter certaines activités. **Annnonce N°165488**



Mécanique générale : Industrie ardennaise œuvrant dans la mécanique générale de précision recherche des futurs partenaires toutes industries confondues. **Annnonce N°164869**

Apéro Scop



Les entreprises d'insertion et les organismes de formation du Grand Est vous invitent à un apéro le jeudi midi pour échanger et plus si affinités.

INSERTION

Propreté/Entretien : Entreprise d'insertion strasbourgeoise d'une centaine de salariés recherche des coopératives de l'insertion et de la formation pour discuter de leurs savoir-faire et expériences. **Annnonce N°162266**



Espaces Verts : Entreprises d'insertion spécialisées dans l'entretien d'espaces verts et l'aménagement paysager souhaitent rencontrer d'autres coopératives issues des secteurs de l'insertion pour partager leurs savoir-faire et leurs expériences. **Annnonce N°163478**

Propreté : Entreprise de propreté et services associés d'une centaine de salariés sur Strasbourg est preneuse de contacts de coopératives des domaines de l'insertion et de la formation pour échanger sur leurs expériences. **Annnonce N°166700**



GEIQ : Coordinateur de GEIQ cherche des organismes de formation pour discuter des problématiques liées aux secteurs de l'industrie et du BTP. **Annnonce N°670318**

ARCHITECTES

Agence d'architecture, d'urbanisme et de paysage implantée en Meurthe-et-Moselle est ouverte aux rencontres avec d'autres architectes en coopérative pour échanger sur leurs savoir-faire et expériences, mutualiser, développer des partenariats. **Annnonce N°160719**



Cabinet d'architectes, d'urbanisme et de design cherche à échanger sur leurs savoir-faire et leurs expériences avec d'autres architectes en coopérative pour mutualiser leurs ressources et former des partenariats. **Annnonce N°160717**



Cabinet d'architectes, basé dans les Ardennes, recherche du partage d'expérience, de l'échange de savoir-faire avec d'autres professionnels du secteur. **Annnonce N°160718**



INDUSTRIE

Mécanique générale : Industrie ardennaise de Mécanique générale, usinage et décolletage cherche à former de nouveaux partenariats avec des clients tous secteurs confondus. **Annonce N°166152**

Fonderie Fonte: Fonderie de fonte de quincaillerie basée dans les Ardennes est en quête de former de nouveaux partenariats avec des menuiseries. **Annonce N°167352**

Forge/Estampage/Usinage : Spécialiste ardennais en forge, estampage, usinage aspire à rencontrer de nouveaux partenaires dans le corps de métier des services industriels du travail des métaux. **Annonce N°167362**

Boulonnerie : Industrie spécialisée dans l'étude, la fabrication de boulonneries, visseries, écrous standards et spéciaux cherche à former de nouvelles coopérations avec des professionnels du secteur et autre. **Annonce N°165432**



Fonderie aluminium : Fonderie sous pression aluminium, usinage, assemblage de près de 150 salariés est ouverte aux rencontres avec de nouveaux fournisseurs/clients et également de fonderies sous forme de Scop pour faire du partage d'expériences et de savoir-faire. **Annonce N°168559**

Structures métalliques : Entreprise mosellane de fabrication de structures métalliques et de parties de structures diversifient ses activités en se lançant dans la fabrication de mobilier industriel et d'escaliers. Recherche une mise en relation avec des architectes. **Annonce N°183265**

CULTURE ET LOISIRS



Musique Jazz : Structure rémoise visant à promouvoir le jazz en développant des activités de productions et de prestations à l'échelle nationale souhaiterait échanger avec d'autres coopératives issues du milieu artistique. **Annonce N°163437**

Presse Edition : Editeur de magazine et d'autres livres implanté dans le Bas-Rhin est ouvert aux rencontres avec des coopératives du domaine de la presse et de l'édition. **Annonce N°164229**



Tourisme : Créateur de séjours éducatifs, culturels et sportifs depuis plus de 75 ans en France et à l'étranger est en quête de nouveaux partenariats (type comité d'entreprise) pour proposer ses prestations de vacances. **Annonce N°168899**



NUMÉRIQUE

Logiciel Libre : Développeur de solutions en logiciel libre sur T.B.I et web cherche à rencontrer d'autres coopératives du numérique pour développer ses savoir-faire et fonder des partenariats. Recherche également une prise de contact avec des organismes de formation pour présenter une démonstration du T.B.I. **Annonce N°162634**

RDV SUR LE STAND
UR GRAND EST
POUR TESTER LE TABLEAU
BLANC INTERACTIF !

Web: Coopérative numérique spécialisée en web design, développement et intégration web sollicite une entrevue avec d'autres coopératives du secteur afin de partager sur leurs projets, mutualiser leurs compétences. **Annonce N°165236**

CONSEIL ET SERVICES

Services: Coopérative d'activités et d'emploi généraliste, basée en Moselle, souhaite échanger sur les outils de formation au sein des CAE avec des organismes de formation et d'autres CAE. **Annonce N°165700**

Formation : Centre de formation pour adultes haut-marnais cherche à fonder des partenariats avec d'autres coopératives de la formation dans le but d'élargir sa stratégie de couverture territoriale et de répondre à des appels d'offre nationaux. **Annonce N°165115**



Auto-partage : Entreprise d'auto-partage locale est ouverte aux rencontres avec des coopératives d'auto-partage d'autres régions pour partager leurs bonnes pratiques. **Annonce N°670321**

BUREAUX D'ÉTUDES

VRD: Bureau d'études spécialisé en Ingénierie et Conseil en VRD dans le Haut-Rhin souhaite échanger sur leurs savoir-faire avec d'autres bureaux d'études sous forme coopérative dans le but de former des partenariats pour répondre à des appels d'offre. **Annonce N°164822**

Energies renouvelables: Bureau d'études spécialisé dans les énergies renouvelables, fort de son réseau national, cherche à rencontrer bureaux d'études dans le but de développer des partenariats pour répondre à des appels d'offres ainsi que d'autres coopératives soucieuses de la transition énergétique. **Annonce N°165420**



Environnement: Bureau d'études spécialisé en assainissement, eau potable et environnement recherche coopératives liées à ce domaine et sous-traitants pour échanger /partager des idées. **Annonce N°165736**



Pour vous inscrire,

Rendez-vous sur notre page Facebook LesScop.Alsace.Lorraine.ChampagneArdenne

Vous y trouverez un formulaire d'inscription Les Petites Annonces du Grand Est : RDV d'affaires pour renseigner vos choix de rendez-vous et autres envies de rencontres !

Annexe 12 : Annuaire Régional 2017 (il compte 72 pages – il sera remis lors de la soutenance)



lescop UNION RÉGIONALE DES SCOP
5, rue Morey - 54000 Nancy
Tél. : 03 83 37 47 80
Email : urest@scop.coop

ENSEMBLE DÉVELOPPONS !

Annuaire régional des Scop et Scic du Grand Est 2017

Rendez-vous sur scop-grand-est.fr pour retrouver les fiches détaillées des savoir-faire de nos entreprises coopératives

lescop UNION RÉGIONALE DES SCOP

Retrouvez-nous sur Facebook : Les Scop Alsace Lorraine Champagne-Ardenne

Retrouvez notre annuaire numérique sur : www.scop-grand-est.fr

LES SCOP ET SCIC DU GRAND EST EN QUELQUES CHIFFRES

DÉBUT 2017

- 130 Scop et Scic
- 2940 Salariés
- Plus de 22 salariés en moyenne par entreprise coopérative

292 MILLIONS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ
131 MILLIONS D'EUROS DE VALEUR AJOUTÉE
9 MILLIONS D'EUROS DE RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ

Répartition sectorielle

- Bureau d'études 7%
- BTP 23%
- Insertion 7%
- IAE 3%
- Culture & loisirs 6%
- Développement durable IAE 9%
- Industrie 13%
- Conseil & services 25%

Évolution du nombre d'entreprises coopératives et de salariés entre 2006 et 2016

Cap sur les 3000 salariés dans le Grand Est !

Contactez-nous pour tout renseignement.

VOUS SOUHAITEZ ENTREPRENDRE AUTREMENT ?

Nos plaquettes d'information sont à votre disposition.

8

<p>BIOLUB Recyclage d'huiles alimentaires usagées en lubrifiants biodégradables LEROUVILLOIS Philippe ZI Sainte-Agathe 9, Rue Descartes 57190 FLORANGE Tél. : 03 82 59 56 66 Email : p.lerouvillois@valouinfo 6 salariés / 5 associés</p>	<p>blue screen BLUE SCREEN (COOPÉRATIVE LOI 47) Agence de communication LACROIX Anthony 7, Avenue de Bida 57000 METZ Tél. : 06 22 82 07 63 Email : contact@anthony-lacroix.fr 3 salariés / 3 associés</p>	<p>citiz CITIZ LORRAINE (SCIC) Mise à disposition de véhicules en temps partagé VIROT DAUB Jean-François 13, Rue du Coëtlosquet 57000 METZ Tél. : 03 87 29 32 19 Email : lorraine@citiz.fr Site : www.lorraine.citiz.coop 1 salarié / 16 associés</p>	<p>COME Electricité générale ABALO Ramon 11, Rue des Portiers d'Étain 57070 METZ Tél. : 03 87 75 25 50 Email : abalo.com@bbouffr 17 salariés / 5 associés</p>
<p>capentreprendre Coopérative d'activité et d'emploi généraliste BEYER Emmanuelle DANN Patrick 12, Rue Robert Schuman - BP 50182 57603 FORBACH Tél. : 03 87 92 73 44 Email : contact@capentreprendre.fr Site : www.capentreprendre.fr 36 salariés</p>	<p>CCSE C.C.S.E. Chauffage, climatisation, sanitaire, électricité TIDEMANN Christian 2A, Rue Charles Desgranges 57200 SAINTEGLEMME Tél. : 03 87 98 03 20 Email : ccse57@wanadoo.fr Site : www.ccse57.fr 4 salariés / 4 associés</p>	<p>coopérative lorraine COOPÉRATIVE LORRAINE D'ENTRETIEN Entretien d'usines et fabrication de montage de charpente métallique et serrurerie THIRLET Aimard 8, Rue des Vieilles Vignes 57192 FLORANGE Tél. : 03 82 58 47 93 Email : accueil.de@gmail.com 26 salariés</p>	<p>ecota conseil ECOTA CONSEIL Conseil, conduite de projet, formation, accompagnement des entreprises HARGOUX Cedric 21, Sainte-Agathe 9, Rue Descartes 57190 FLORANGE Tél. : 03 82 59 56 66 Email : cedric@ecota.fr Site : www.ecota.fr 2 salariés</p>

1^{er} RENCONTRE DES COOPÉRATEURS DU GRAND EST !

Pour la première fois, l'ensemble des salariés des Scop et Scic du Grand Est est convié à partager un moment de coopération

LE SAMEDI 30 SEPTEMBRE 2017 AU ZOO D'AMNÉVILLE !

ÉVÉNEMENT SUR INSCRIPTION. Prochainement plus d'informations dans Le Petit Journal des Scop et Scic du Grand Est.

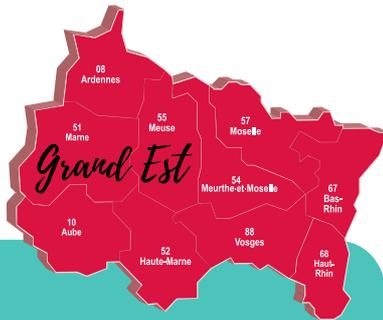
lescop **ZOO D'AMNÉVILLE**

55 Meuse

ENSEMBLE DÉVELOPPONS !

Petit Journal des Scop et Scic du Grand Est

Mai 2017
#1



**MONTÉE EN PUISSANCE
DES SCOP ET SCIC**
LES 3000 SALARIÉS ATTEINTS DANS LE GRAND EST !

Edito du Président

(en cours de rédaction):
les points à aborder :

- Objectifs semestriels de développement et d'animation réseau
- Thématique choisie (le thème du N° en question)
- Notion d'appartenance au réseau Scop Grand Est : appel à contribution/volonté d'animation dans les territoires
- Remerciements



*Au plaisir
de vous voir bientôt !*

Hervé MARESCHAL
et le conseil
d'administration
de l'UR Grand Est

Règle du jeu ?

**3000 salariés
ça se fête !**

Début 2017...

30XX SALARIÉS - 130 SCOP ET SCIC

+ de 22 salariés en moyenne
par entreprise coopérative

**JOUEZ
et trouvez
le 3000^e salarié !**

**TOUT SECTEUR
D'ACTIVITÉ**

- Conseil & services 25%
- BTP 23%
- Industrie 13%
- Culture & loisirs 8%
- Bureau d'études 7%
- Insertion 7%
- Développement durable 14%
- CAE 3%

**ESSOR
DE LA COOPÉRATION
DANS LE GRAND EST**

Évolution du nombre
d'entreprises coopératives
et de salariés
entre 2006 et 2016

**En 10 ans,
+30% d'entreprises coopératives
+59% de salariés**

ZOOM SUR LE PLAN DE DÉVELOPPEMENT 2016/2020

Au cours du Congrès des Scop de Strasbourg, Jacques LANDRIOT a été élu Président de la Confédération Générale des Scop et a fixé un objectif de développement à l'ensemble des participants : de passer de 52 000 salariés dans les Scop et Scic à 70 000 salariés.

Un défi pour le Grand Est

Atteindre 4 000 emplois coopératifs en 2020 alors que nous fêtons cette année le 3 000 salarié.

Participons ensemble à ce développement.

**Cap sur les
4000 salariés
dans le Grand Est !**

lescop
SOCIÉTÉS COOPÉRATIVES
ET PARTICIPATIVES
GRAND EST

Le Grand Est Coopératif

ZOOM SUR LES SCOP ET SCIC EN RÉGION



LES SCOP POUR LES NULS

UNE SCOP C'EST QUOI ?

Société Coopérative et Participative

UNE SCIC C'EST QUOI ?

Société Coopérative d'Intérêt Collectif

Je n'arrive pas à trouver quelque chose qui me convient avec un état d'esprit différent.

Alors la création d'entreprise ?

Avec des salariés impliqués dans les décisions. Une entreprise qui place l'humain au centre.

Je...

Développer l'activité de façon responsable avec l'argent comme carburant au service de l'entreprise.

Tu t'es renseignée...

Une entreprise créatrice d'emploi local dans laquelle on progresse ensemble.

Avec des salariés reconnus et épanouis !

Un scop quoi !

Et lorsqu'on veut s'associer avec d'autres ... ?

On peut opter pour une Scic

Comment ça une scop ?

Je vais vous expliquer les principes de la scop.

Gouvernance démocratique 1 personne = 1 voix

Répartition équitable des bénéfices

Priorité à la pérennité de l'entreprise Réserves impartageables

des salariés associés

EXPERIENCE SAVOIR FAIRE

COMPÉTENCES QUALITÉS

Scop

Scop

Scop

Scop

Scic

Dans une scic, l'activité à un caractère d'intérêt collectif et permet d'associer différents acteurs au projet en plus des salariés.

Dans le grand Est, on compte plus de **130 Coopératives** avec plus de 3000 salariés en 2017 opérant dans tout secteur d'activité.

Les Scop & Scic sont en pleine expansion.

Retrouvez nos portraits de coopérateurs pour découvrir la diversité des profils de salariés travaillant dans des Scop !



Parole à Catherine ZUBER, Conseillère régionale déléguée à l'Économie Sociale et Solidaire (ESS)

LE REGARD DE NOS PARTENAIRES

(250 mots maximum – à recevoir le 25/04) avec PHOTO, faire un encadré.

LES SCOP POUR LES NULS ?



VISUALISER LA VIDÉO

« C'EST QUOI UNE SCOP »

https://www.youtube.com/watch?v=4QhR_wMOMXk



RENDEZ-VOUS
le 30 septembre 2017



POURQUOI CETTE RENCONTRE ?

C'est la première fois dans l'histoire du Mouvement Coopératif du Grand Est que l'ensemble des salariés-coopérateurs et leurs familles sont invités autour d'un événement fédérateur.

Les Coopérateurs
Grand Est
SE RENCONTRENT

LE LIEU DE RENCONTRE
COOPÉRATIF ET ATYPIQUE :
LE ZOO D'AMNÉVILLE

AU PROGRAMME

COOPÉRER

Matinée

SÉMINAIRE DES
COOPÉRATEURS

Workshop/Ateliers

Venez contribuer au développement du Mouvement Coopératif en région :

Echangez entre coopérateurs et apportez vos idées dans chaque atelier !



Après-midi

TEAM BUILDING

Temple Bagha

Les 100 premiers inscrits pourront participer à ce jeu d'équipe !

Devenez un aventurier :

Plus les équipes seront soudées, plus elles auront de chance d'amasser un nombre de pièces d'or plus conséquent avant d'arriver au Grand Temple Bagha !

*Jeux coopératifs en équipe à partir de 7 ans. 100 places disponibles. Sur inscription.



Déjeuner

BARBECUE COOPÉRATIF

Un déjeuner convivial en plein air vous sera servi au beau milieu du parc !



VISITE LIBRE AU ZOO

Vous aurez accès à la totalité du parc et aux spectacles durant toute la journée (un plan du parc et un programme des animations vous sera communiqué à l'entrée).

Possibilité d'opter pour un Pass 2 jours pour en profiter tout le weekend !

*Se reporter à la grille tarifaire et aux modalités d'inscription au dos.

JOUEZ et trouvez le 3000^e salarié !

Le ou la 3000^e salarié(e) coopérateur au Grand Est se cache à différent endroit du journal, retrouvez-le !

Si vous voulez connaître l'identité du fameux(se) salarié(e), rendez-vous au Zoo le 30 septembre 2017 !

PORTRAITS DE COOPÉRATEURS

Nom SCOP

Surnom

Présentation sur 2 lignes.
Témoignage sur 2 lignes.

Nom SCOP

Surnom

Présentation sur 2 lignes.
Témoignage sur 2 lignes.

Nom SCOP

Surnom

Présentation sur 2 lignes.
Témoignage sur 2 lignes.



ZOOM SUR LA SCOP

Parc privé créé en Scop en 1986. En 2017, le zoo s'étend sur 18 hectares, compte 2000 animaux originaires des cinq continents et appartenant à 360 espèces différentes. Il emploie de 130 à 220 salariés et accueille chaque année plus de 600 000 visiteurs.

Michel LOUIS et toute l'équipe du Zoo sont heureux de vous accueillir !

PRÉVISIONS MÉTÉO

Week-end du 30 septembre
au 1^{er} octobre 2017

Grand soleil
pour la rencontre
des coopérateurs
du Grand Est !



JEUX COOPÉRATIFS

Grille « A la recherche des mots du mouvement coopératif ! » à construire



LES SCOP POUR LES NULS ?



VISUALISER
LA VIDÉO

« C'EST QUOI UNE SCOP »

https://www.youtube.com/watch?v=4QhR_wMOMX

Trouver une thématique :
Comment créer en Scop ?
ou Les missions de l'UR
ou Le salarié-associé (à déterminer)

COORDONNÉES
CONTACT UR

leScop

SOCIÉTÉS COOPÉRATIVES
ET PARTICIPATIVES
GRAND EST

UNION RÉGIONALE DES SCOP
5, rue Morey - 54000 Nancy
tél. : 03 83 37 47 80
urest@scop.coop



Le Grand Est et Vous

L'AGENDA 2017

- 12 mai
Conseil d'Administration de l'UR
- 28 juin
Assemblée Générale 2017 de l'UR et
Présentation du SRADEI par Sylvain
Wasemann,
Président de la Commission Développement
Economique de la Région Grand Est.
- 30 septembre
Rencontre des Coopératives
du Grand Est.
- En novembre
StartScop pendant le mois de l'ESS
à dériver sa coopérative en 48h

BIENVENUE AUX COOPÉRATIVES NOUVELLES !

Liste création de Scop depuis début 2017
voire fin 2016

<p>ISOPEINT 88190 GOLBEY 10 salariés Travaux de peinture et vitrerie</p>	<p>MIRABIO 54600 VILLERS- LES-NANCY 5 salariés Culture de fruits à pépins et à noyau</p>	<p>SUPERCritical FLUID INNOVATION 54230 NEUVES-MAISONS 8 salariés Conception et réalisation d'équipements industriels</p>
<p>METAL'ART FERMETURES 54700 PONT- À-MOUSSON 6 salariés Négoce et pose de fermetures, mobilier, serrurerie</p>	<p>LA BRAISE 67000 STRASBOURG 1 salarié Formation professionnelle continue</p>	<p>EUROFENCE 5210 DOULEVANT- LE-CHÂTEAU 63 salariés Conception, fabrication et vente de clôtures et portails métalliques, négoce de produits de clôtures et portails</p>

PRATIQUE

Rencontre des Coopérateurs du Grand Est

COMMENT S'INSCRIRE ?

Les modalités d'inscription :

Pour vous inscrire, vous devez vous rapprocher de votre entreprise qui centralisera les inscriptions de l'ensemble de ses salariés et de leurs accompagnants.

Principe : L'UR prend en charge l'inscription de chaque coopérateur (les salariés-associés et les salariés) qui comprend un Pass 1 jour – Entrée au Zoo avec le déjeuner et le cocktail de clôture.

Pour les accompagnants, conjoints et enfants une participation leur sera demandée selon la grille tarifaire suivante :

- Pass 1 jour Adulte : 15 €
- Pass 1 jour Enfant : 10 €

EXTRA

Vous avez la possibilité de profiter de l'accès au parc tout le weekend en optant pour un Pass 2 jours !

- Option Pass 2 jours coopérateurs : 13 €
- Option Pass 2 jours Adulte accompagnant : 29 €
- Option Pass 2 jours Enfant : 21 €

Si vous souhaitez participer au



Vous devez le notifier lors de votre inscription. Dépêchez-vous les places sont limitées aux 100 premiers inscrits !

VOUS VOULEZ
CONNAÎTRE LES
ENTREPRISES COOPÉRATIVES
DE VOTRE RÉGION

AVEC SES FICHES
DÉTAILLÉES
SUR LES SAVOIR-FAIRE
DES ENTREPRISES
COOPÉRATIVES
DU GRAND EST !



NOTRE ANNUAIRE 2017
EST À VOTRE DISPOSITION
SUR SIMPLE DEMANDE

CONSULTEZ-LE SUR
WWW.SCOP-GRAND-EST.FR
OU TÉLÉCHARGEZ
L'APPLICATION SCOP GRAND EST
sur Apple store et Google Play



Annexe 14 : Budget Prévisionnel Rencontre des Coopérateurs – Zoo d'Annéville – 30 septembre 2017

Rencontre au Zoo d'Annéville - 30 Septembre 2017 - Budget Evénementiel Prévisionnel								
Objet	Coûts fixes	Prise en charge UR	Objet	Coûts variables		Prise en charge UR	Reste à charge coopérateur/s cop	Reste à charge non coopérateur unitaire
				Coûts unitaires	Coûts globaux			
Terrasse des Orangs Outans - Format Réunion	1 050,00 €	1 050,00 €	Entrée du Parc Adulte / + 12 ans	26,20 €	3 930,00 €	3 130,00 €	800,00 €	16,00 €
Chapiteau - Format cocktail	600,00 €	600,00 €	Entrée du Parc Enfant 3 - 11 ans	21,30 €	1 065,00 €	515,00 €	550,00 €	11,00 €
Remise exceptionnelle location espaces	600,00 €	600,00 €	Temple Bagha Adulte	70,80 €	7 080,00 €	7 080,00 €	0,00 €	5€ ? *
TOTAL LOCATION ESPACES	1 050,00 €	1 050,00 €	Temple Bagha Enfant (+ 7 ans)	36,00 €	360,00 €	210,00 €	150,00 €	15,00 €
			Pass 2 jours Entrée Parc Adulte	39,30 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	13,10 € **
			Pass 2 jours Entrée Parc Enfant	31,95 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	10,65 € **
			TOTAL ENTREES et ANIMATIONS	-	12 435,00 €	10 935,00 €	1 500,00 €	-
			Formule BBQ (midi)	25,00 €	4 750,00 €	4 750,00 €	0	***
			Formule Cocktail(soir)		0,00 €	0,00 €	0	***
			TOTAL RESTAURATION	25,00 €	4 750,00 €	4 750,00 €	0,00 €	-
TOTAL COUTS FIXES	1 050,00 €	1 050,00 €	TOTAL COUTS VARIABLES	-	17 185,00 €	15 685,00 €	1 500,00 €	-
BUDGET GLOBAL	18 235,00 €		Prise en charge totale UR		16 735,00 €			
OPTION PROPOSEE EN JAUNE - SURPLUS (voir le calcul avec Team Building)								
* maintien demande participation 5€ symbolique? Animation Team Building : 100 personnes sur inscription - Prise en charge à 100% par l'UR								
** OPTION PASS 2 JOURS ADULTES = 13,10€ ENFANTS = 10,65€								
*** PRISE EN CHARGE RESTAURATION								
Est-ce que l'UR prend en charge les deux temps restauration pour toutes catégories de participants confondus ?								

TABLEAU RECAPITULATIF DE PRISE EN CHARGE PAR TYPE DE PARTICIPANTS

Types de participants	Prise en charge UR					
	Coopérateur			Non Coopérateur		
	Restauration	Entrée Animation	TOTAL	Restauration	Entrée Animation	TOTAL
Adulte Classique (Entrée 1 jour)	25,00 €	26,20 €	51,20 €	25,00 €	10,20 €	35,20 €
Enfant Classique (Entrée 1 jour)				25,00 €	10,30 €	35,30 €
Adulte Temple Bagha (Entrée 1 jour + Team Building)	25,00 €	65,80 €	90,80 €	25,00 €	45,80 €	70,80 €
Enfant Temple Bagha (Entrée 1 jour + Team Building)				25,00 €	21,00 €	46,00 €
Adulte Pass 2 Jours	25,00 €	26,20 €	51,20 €	25,00 €	0,00 €	25,00 €
Enfant Pass 2 Jours				25,00 €	21,30 €	46,30 €

Prise en charge par la Scop ou Accompagnant					
Coopérateur			Non Coopérateur		
Restauration	Entrée Animation	TOTAL	Restauration	Entrée Animation	TOTAL
0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	16,00 €	16,00 €
			0,00 €	11,00 €	11,00 €
0,00 €	5,00 €	5,00 €	0,00 €	5,00 €	5,00 €
			0,00 €	15,00 €	15,00 €
0,00 €	13,10 €	13,10 €	0,00 €	13,10 €	13,10 €
			0,00 €	10,65 €	10,65 €

Prix TTC

Tarifs des location de salle:

Tiger World - format congrès : 4 200€ TTC	4 200,00 €
Tiger bar - format cocktail (debout) : 1 400€ TTC	1 400,00 €
Terrasse des Orangs Outans - format Réunion : 1 050€ TTC	1 050,00 €
Location de matériel vidéo (si grand côté) : environ 900€ TTC	900,00 €
Terrasse des Orangs Outans - format cocktail (debout): 750€ TTC	750,00 €
Chapiteau - format cocktail (debout) : 600€ TTC	600,00 € Si formule BBQ choisie, location chapiteau o

Tarif restauration:

Formule BBQ : 25€ TTC / personne	25,00 €
Formule apéritif : 21€ TTC / personne	21,00 €
Formule cocktail : 40€ TTC / personne	40,00 €
Traiteurs agréés : Marcotullio, Vernois traiteur, XIIème borne	

Animations:

Entrée du parc, visite libre (incluant les spectacles) : 26,20€ TTC/ personne	26,20 €
Entrée du parc, enfant : 21,30€ TTC / enfants 3/11 ans	21,30 €
Temple Bagha (adulte) : 70,8€ TTC / personne	70,80 €
Temple Bagha (enfant) : 36€ TTC / enfant à partir de 7 ans	36,00 €
Pass 2 jours entrée du parc, visite libre Adultes/+ 12 ans : 39,30€ TTC	39,30 €
Pass 2 jours entrée du parc, visite libre Enfants de 3 à 11 ans : 31,95€ TTC	31,95 €

Participants (nombre estimé)	Coopérateurs	Non coopérateurs	TOTAL
Entrée parc simple Adultes	100	50	150
Entrée parc simple Enfants		50	50
Entrée avec Participation Team Building Adultes	100		100
Entrée avec Participation Team Building Enfants		10	10
Option Pass 2 jours Adultes			0
Option Pass 2 jours Enfants			0
Participation repas midi	90	100	190
Participation cocktail soir	80	100	180
TOTAL de PARTICIPANTS	200	110	310

Annexe 15 : Budget pour l'organisation d'un Start-Scop

BUDGET pour 1 START-SCOP pour 30 jeunes sur 2 jours (1 nuit)	Estimations			REMARQUES	30
	Nature	Recettes	Dépenses		
Communication (flyers, kakémono, t-shirt, etc)		350,00 €			
Weezevent participation/commission	855,00 €	45,00 €		1,50 €	On part sur une participation de 30€/participant mais on peut demander plus. Les 1,50€ sont des frais de commissions du site
Restauration		1 800,00 €		60,00 €	
Hébergement (si besoin/domicile des participants)		360,00 €		60,00 €	Seuil de sécurité : 20% des participants ont besoin d'un hébergement
Location salle		2 500,00 €			dépend où est-ce que le start-scop est organisé : par exemple Blidas = FREE, et peut-être pris en charge par les partenaires.
Charges de personnel		2 000,00 €			Environ 150 heures à un taux horaire de 13€
Frais divers (rdv d'organisation, transport, etc)		1 150,00 €			
SOUS-TOTAL	855,00 €	8 205,00 €			
TOTAL		7 350,00 €			

Annexe 16 : Plan de communication globale et budget prévisionnel (au 2 mai 2017)

	2018											
	JANVIER	FEVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DECEMBRE
PETIT JOURNAL			Conception et impression N°3		Envoi N°3				Conception et impression N°4	Envoi N°4		
RESEAUX SOCIAUX			Action de promotion N°3								Action de promotion N°4	
EVENEMENTIEL ADHERENTS									Rencontre des Coopérateurs N°2			
NEWSLETTER												
PLAQUETTES DE COMMUNICATION												
ANNUAIRE REGIONAL	Conception graphique annuaire 2018	Impression et envoi annuaire 2018										
APP ANNUAIRE NUMERIQUE												
SITE INTERNET												
COMMUNIQUE DE PRESSE												
EVENEMENTIEL JEUNES											Nouveau Start-Scop?	
LOBBYING												
PARTENARIAT BANQUES												

BUDGET		
Journal	4 parutions	24 000€
Facebook	4 actions de promotions	100 €
Evénementiel adhérents	AG + Rencontre	6000€ + 25 000€ + 20 000€
Newsletter	parution mensuelle	0 €
on de supports de com adhérents		A QUANTIFIER
Annuaire 2017		3 360€
Annuaire numérique		15 000€
Start-Scop	1 en 2017	10 000€
TOTAL		103 460 €

