



Le rendez-vous Made-in-Scop #4 à Marseille

« Faire valoir nos valeurs »



3 questions à Magali Chouvion, gérante de la Scop La Maison des Possibles

et rédactrice en chef de la revue Sans Transition !

Quel est l'intérêt des Rendez-Vous Made-in-Scop ?

Ces rencontres ont un intérêt majeur : elles permettent de favoriser les échanges entre acteurs à la fois de l'ESS et de la communication. Des valeurs proches et une activité commune offrent une qualité d'échange rare qu'il ne faut pas négliger. Nous pouvons à la fois construire une dynamique de réseaux, partager nos actions pour imaginer des solutions communes, faire des affaires et gagner en compétences. Ainsi notre Scop, La Maison des Possibles, qui porte le magazine Sans transition !, a pu bénéficier d'un contrat suite aux dernières rencontres Made-in-Scop de Marseille. L'inter-coopération a tout bon !

Aujourd'hui, quels sont les défis que doivent relever les entreprises en terme de communication ?

La communication est en perpétuelle évolution. Mais nous assistons depuis quelques années à une véritable révolution, avec l'avènement des mobiles connectés et autres tablettes. L'entreprise se doit d'être au cœur de ce nouvel écosystème, qui inclut littéralement le citoyen. Celui-ci n'est plus passif : il devient un acteur essentiel de l'entreprise, grâce à sa voix sur les réseaux sociaux. Le client juge sans cesse la communication de nos entreprises et va la transmettre, ou pas, à son réseau. Il ne s'agit plus de le toucher mais de le convaincre de communiquer. Pour s'engager à son tour.

Les campagnes de financement participatif, telle celle en cours pour notre développement sur Ulule, sont un bel exemple de l'implication citoyenne. Car à côté des médias classiques qui restent des valeurs sûres, les réseaux sociaux offrent des outils complémentaires. Mais attention, là aussi la communication a ses codes et l'entreprise doit se former si elle souhaite toucher sa cible efficacement.

Pourquoi s'adresser particulièrement aux Scop de la Communication ?

En plus d'être compétentes dans leur secteur d'activité, nos entreprises portent - pour la plupart d'entre elles - un véritable projet de société. Or comme je l'ai dit, nous devons convaincre une cible de plus en plus exigeante et experte en communication. Faire valoir nos valeurs et nos engagements sur les territoires en terme de coopération inter-entreprises, répartition salariale, de management, d'emplois non-délocalisables, de cohérence, sont autant d'arguments en faveur des Scop de la communication. Jusqu'à récemment, notre étiquette « ESS » a pu paraître un désavantage pour certains afin de toucher des grands comptes du secteur. Nous devons la transformer en un véritable argumentaire positif, porteur de valeurs et d'affaires.

Plus d'infos :

www.sans-transition-magazine.info

L'imprimerie coopérative des Sucs réussit son pari Scop



Dix huit mois après son rachat en Scop, l'Imprimerie coopérative des Sucs affiche une belle réussite et un bel avenir : 3,1 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2017, un objectif de croissance de 7% en 2018, déjà dépassé de 2% au premier trimestre 2018, 4 nouveaux salariés-associés rejoignant la structure, portant l'entreprise à 23 coopérateurs motivés. Jean-Marc Marzona, le gérant de la structure, porte fièrement cette réussite et voit sur le long terme. De nouveaux équipements sont prévus au printemps et à la rentrée : une nouvelle presse numérique pour ne pas rater ce virage, une ligne de conditionnement pour répondre aux petites commandes, un traceur grand format, une seconde presse offset... Perspectives réjouissantes !

Alternatives Economiques, magazine de l'année



Alternatives Economiques s'est vu décerné le prix du magazine de l'année 2018 par le Syndicat des éditeurs de la presse magazine en partenariat avec Relay. « Avec ses infos toujours sourcées et ses couvertures efficaces, Alternatives Economiques a été particulièrement pertinent sur tous les grands sujets économiques de 2017, du Brexit à la loi travail, en passant par les élections présidentielles françaises et l'avènement de Trump », a précisé le jury, qui note que les ventes au numéro ont progressé de +15,37% en 1 an. Une belle reconnaissance pour tous les salariés de la Scop !

Voir plus loin avec Média Horizon Imprimerie du Bocage



C'est le thème « très aérien » de la journée « Portes Ouvertes » organisée par l'imprimerie du Bocage le 1^{er} juin dernier. Au total, plus de 200 personnes ont visité les nouveaux locaux de l'imprimerie inaugurés il y a tout juste un an. Clarté, transparence entre les espaces administratifs, créatifs, commerciaux et l'atelier, automatisation des process, investissement numérique, qualité de vie au travail sont les atouts qu'apporte ce nouveau bâtiment situé à Aizenay (85) au bord d'une 2x2 voie à grand passage pour une visibilité commerciale optimale."

Imprigraph fait le show lors de Portes Ouvertes !



Lors de Portes Ouvertes le 19 avril, Imprigraph, fusion d'IOV Communication et Le Sillon, a dévoilé le relooking de ses locaux, mis en valeur par l'artiste Erika Raio : une fresque géante consacrée à la lettre orne désormais la salle des machines. Le Groupe Imprigraph s'est en effet agrandi avec un investissement de 1,6 millions d'euros en matériel et bâtiment, pour désormais 1000 m² de locaux flambant neufs. Pour revivre en images cet événement dans la bonne humeur, rendez-vous sur la page Facebook d'IOV Communication !

Le Business Afterwork des entrepreneur.e.s de demain

madeinscop



Rencontrer, partager, inventer, construire, décloisonner et créer le monde de demain... C'est l'ambition du Business Afterwork organisé par la CAE Clara & Clarabis en partenariat avec Made in Scop. Professionnels des secteurs de la culture et de la création se sont rencontrés le mardi 12 juin aux Nautas de Paris dans le but de créer de nouvelles collaborations et tisser de belles relations au sein du collectif.

Intercoopération pour le Congrès des Scop de la Communication



Pour le 23^e Congrès des Scop de la Communication, la Fédération a fait appel aux talents du mouvement pour créer la ligne graphique de l'événement. En intercoopération, Et Pourquoi Pas sur la partie "créa" et Syrinx sur la mise en page des rapports, ont été retenues pour mettre en valeur le Congrès qui aura lieu les 11 et 12 octobre prochains, une fois de plus l'occasion de promouvoir les compétences des Scop de la Communication.

Le baromètre 2018-2019 de la finance solidaire



L'association Finansol et le quotidien La Croix ont publié fin mai l'édition 2018-2019 du Baromètre de la finance solidaire basé sur les chiffres de l'année 2017. La tendance est au beau et les indicateurs à la hausse : la finance solidaire convainc les souscripteurs et gagne du terrain. 336 000 nouvelles souscriptions ont été enregistrées (+87%). Les motivations des souscripteurs sont solides et fondées sur le sens et les valeurs qu'ils veulent donner à leur épargne. La finance solidaire peut en effet jouer un rôle de levier décisif en privilégiant souvent des projets à moindre rentabilité économique mais à forte valeur sociale.

GIMP 2.10 : nouvelle version de l'alternative gratuite à Photoshop



GIMP est un logiciel d'édition et de retouche d'image libre et gratuit, disponible pour les systèmes GNU / Linux, OS X et Windows. La version 2.10 vient de sortir après 6 ans de développement, et se pose en solution efficace et crédible pour celles et ceux qui cherchent une alternative à Photoshop. Quelques nouveautés notables : le moteur graphique GEGL, la refonte de l'interface (sobre et proche de celle de Photoshop), le traitement d'images en très haute résolution, la meilleure gestion de l'importation des fichiers PSD issus de Photoshop...

Papier



Comme les numéros précédents, Brèves de Com n°130 est imprimé sur un nouveau papier test pour vous permettre d'apprécier le rendu, la main, la qualité au pliage, la porosité, etc.. Ce numéro a donc été imprimé sur Coral Book Natural 100g distribué par Torraspapel Malmenayde, fournisseur référencé par Coopadev. Il s'agit d'un papier non couché sans bois, à la teinte naturelle qui s'imprime en offset, numérique, laser, typographie et flexographie. Il s'adresse particulièrement au secteur de l'édition. Coral Book Natural a une main de 1.2 et est disponible du 70 au 120 g dans les principaux formats graphiques. Il dispose de toutes les certifications environnementales et produits en vigueur.

The Feminist Letters : Women in power



Telle est la signification du « w » dans cette typographie conçue pour militer en faveur de l'égalité des sexes. Lancée en janvier 2017, elle s'inspire des mouvements de contestation contre les discriminations envers les femmes. Chaque caractère porte un message spécifique tel que l'égalité de rémunération, la santé des femmes, etc. Créée par l'agence de publicité new-yorkaise Young & Rubicam et le groupe d'entrepreneuses Women of Sex Tech, elle est gratuite afin d'être largement utilisée. Téléchargeable sur le site The Feminist Letters.

The ocean plastic book : un livre fait de déchets récupérés en mer



Entièrement fait de plastique récupéré dans les océans, The ocean plastic book a été réalisé grâce à l'organisation belge waste free oceans qui a récolté les déchets en mer et à teijin qui a imaginé comment les transformer en papier. Ce livre pour enfants illustré par Chervelle Fryer raconte l'histoire de Pippa qui, lors d'une baignade, prend conscience de l'impact de la pollution sur la faune. Elle aide les poissons pris au piège par les déchets et de retour chez ses parents, les motive à ne plus jamais utiliser d'objets en plastique. L'art de conjurer recyclage et sensibilisation...

GPV lance my.gpvfrance.fr



Depuis janvier 2018, les clients GPV sont invités à commander en ligne les produits du catalogue. Comparateur, fiches produits, visuels haute définition, zoom produit et espace 100% dédié à chaque client caractérisent ce nouveau site de commande en ligne. La première commande sur le site offre une remise de 10%. GPV est un fournisseur référencé par Coopadev. Pour plus d'infos sur vos conditions sur www.coopadev.coop, demandez vos codes de connexion à Nathalie Jammes (njammes@fdcom.coop).

Fugue : une bibliothèque de musiques gratuite et libre de droits



Lorsqu'on crée des vidéos professionnelles, il est souvent fastidieux de trouver des musiques pour les illustrer : les droits sont parfois onéreux et les compositions gratuites rarement intéressantes. FUGUE, la bibliothèque musicale libre de droits fait figure d'exception ! Elle contient des centaines de propositions classées par thèmes, genres ou « moods », avec un choix très éclectique et qualitatif. En échange des téléchargements, le site ne demande qu'une intégration de liens. Une version payante est par ailleurs proposée pour ne pas avoir à linker le contenu. Un outil pratique et convivial.

Fontstore : une bibliothèque de polices sur abonnement



Parmi les multiples plates-formes de téléchargement de polices qui s'offrent aux créatifs, Fontstore semble être l'une des plus « équitables » : l'idée est de mettre à disposition des graphistes et designers un important catalogue de polices de caractères tout en soutenant le travail de leurs créateurs. Sur abonnement de 13 € par mois (tarif que Fontstore s'engage à maintenir stable), les utilisateurs ont un accès illimité à la bibliothèque de polices, qui s'enrichit chaque mois de nouvelles propositions.

Réseaux sociaux, les tendances 2018



La place prépondérante des réseaux sociaux dans nos usages se consolide avec 100 millions d'utilisateurs actifs de plus depuis le début d'année totalisant 3.3 milliards soit 43 % de la population mondiale et 80 % des internautes. Les contenus riches, particulièrement en vidéo ont le vent en poupe comme les stories, contenus vidéos éphémères verticaux, initiées sur Snapchat et reprises par Instagram et Facebook. Si la présence des bots est encore timide, les grandes enseignes y travaillent et cherchent à mettre en place une relation client hyper personnalisée et interactive. La réalité augmentée y prend sa place en permettant de proposer des expériences inédites immersives aux utilisateurs (collaborations Snapchat et UEFA ou New Balance à l'occasion de la Ligue des Champions). Mais le plus simple et le moins coûteux pour les annonceurs est de s'appuyer sur les outils existants et les réseaux rivalisent pour développer des outils susceptibles de les séduire : contenus achetables, nouveaux formats publicitaires alors que la portée naturelle des pages sur Facebook touche à sa fin.

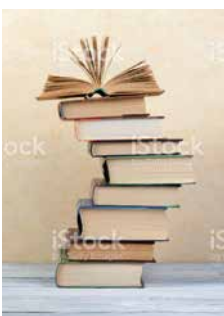
Performance des imprimeurs dans le monde



Le 5^e rapport Global Trends de la Drupa a consulté 700 imprimeurs et 234 fournisseurs du

monde entier en novembre 2017. On y constate une grande variété des procédés utilisés : 100% possèdent une presse numérique tous types confondus, 65 % une presse offset et 20% une presse flexo. Les imprimeurs d'emballages gardent des prix quasi stables tandis que les imprimeurs fonctionnels (textiles, 3D, etc) notent un fort recul de leurs marges. Ces derniers ont été largement conquis par le numérique, dont le chiffre d'affaires progresse pourtant lentement.

Les livres imprimés ont encore un avenir



« Plus les choses deviennent numériques, plus il y a de valeur dans le produit imprimé. »

C'est le constat d'une étude menée par le papetier Stora Enso dans 13 pays d'Europe, d'Asie et d'Amérique du nord. Les ventes de livres numériques semblent avoir atteint leur limite, sans avoir affecté autant que prévu celles des imprimés. Quant aux livres « audio », ils continuent leur progression mais restent considérés comme un complément et non une solution de remplacement ; d'autant plus que certaines catégories (jeunesse, photographie, cadeaux, loisirs...) ne peuvent se passer du papier.

Les revenus publicitaires du web écrasent les autres médias



Entre 2016 et 2017, les revenus publicitaires du web ont augmenté de 21%, passant de 72,5 à 88 milliards de dollars (source IAB). Les revenus des autres

médias sont stables (affichages extérieurs, radio) ou en baisse (magazines, TV, newspapers). La plus grosse progression concerne la pub sur mobiles qui est passée de 36,6 à 49,9 milliards de dollars (croissance de 36% !). Les médias sociaux ont doublé leurs revenus en 2 ans, passant de 10,9 à 22,2 milliards entre 2015 et 2017. Selon B. Wieser, analyste chez Pivotal Research, Facebook et Google représenteraient 90% de cette croissance.

Reconnect, le cloud solidaire

RECONNECT Le cloud solidaire
Imaginé par une start up associative sur le constat de non-recours aux droits des personnes en situation de grande exclusion, Reconnect est un service en nuage de stockage et de partage sécurisé qui facilite les démarches d'accompagnement social. La plate-forme, à double entrée, est destinée aux personnes en situation de précarité et aux référents sociaux qui les suivent. Reconnect joue le rôle de coffre-fort numérique pour son utilisateur qui peut ainsi sauvegarder ses informations et documents personnels préalablement scannés ou photographiés avec l'aide des acteurs de terrain. Ils sont alors prêts à être partagés avec les structures sociales adhérentes. À cette fonctionnalité principale s'ajoutent un calendrier partagé, un rappel de rendez-vous pas sms, un stockage de contacts ainsi qu'une aide aux démarches. Le principe a bien entendu ses freins que sont la non reconnaissance des

documents numériques comme originaux par l'administration, la numérisation des documents, la réticence au numérique et l'accès à Internet.

L'importance d'avoir une stratégie sur les réseaux sociaux



Les réseaux sociaux font partie intégrante de la communication de l'entreprise.

Négliger le contenu ou banaliser sa présence peut être une source de mauvaise e-réputation. Aussi, il est important d'intégrer ces canaux dans la communication globale de l'entreprise : définir une ligne éditoriale, apporter une nouvelle expérience client selon la thématique du réseau social, les faire connaître en les intégrant à la communication traditionnelle et choisir la personne ou l'équipe la plus appropriée pour concevoir et gérer le contenu.

Le métier de community manager en 2018



Que représente le métier de community manager ou « animateur de communautés » pour une entreprise en 2018 ? Le « CM » est le

médiateur numérique de l'entreprise. Il a pour mission de gérer et animer la communauté d'internautes qui suit une entreprise sur les réseaux sociaux. Pour se faire, s'appuyant sur la stratégie et la ligne éditoriale, il recherche de l'engagement et met en place des actions pour faire réagir l'internaute, le fidéliser à la marque et établir un contact pérenne. C'est un métier de la communication qui requiert de l'expérience et du tact.

L'API Snapchat accessible à tous



Un peu plus d'un an après son lancement, Snap Inc met son API Marketing et sa documentation, jusque-là réservées à ses seuls partenaires, à la disposition de tous : annonceurs, agences et développeurs. Il devient ainsi possible de concevoir et développer de façon plus autonome des campagnes et solutions publicitaires Snapchat adaptées et plus performantes en croisant les données propriétaires d'une entreprise et celles issues de Snapchat. En ouvrant son API et ses outils comme Lens Studio ou en lançant son appel à projets Yellow, Snap Inc semble miser sur la créativité et les recettes publicitaires pour assurer le développement de son réseau social dont l'originalité est l'utilisation de la réalité augmentée et qui touche majoritairement un public jeune entre 16 et 24 ans.

À quoi servent les stories d'Instagram pour une entreprise ?



Les stories sont des publications éphémères qui ne durent que 24h.

Accessible depuis son profil, elles permettent de rajouter une dimension moins « figée » à sa stratégie de communication sur Instagram. Poster une story est un moyen de montrer une image différente de l'entreprise et de faire appel plus à sa spontanéité et son originalité. En fait on pourrait résumer ainsi : si le feed Instagram vous permet de montrer en image ou en vidéo l'activité de votre entreprise, la story vous immerge dans le making off de cette publication.

Les nouvelles dimensions des images sur une page Facebook



Si vous connaissez déjà les dimensions d'une photo de profil (180px par 180px) ou de

couverture (820px par 312px) pour votre page, on ne saurait trop vous conseiller de multiplier ces chiffres par 2 notamment pour la couverture pour obtenir une image de très bonne qualité. Par ailleurs, la publication d'une photo dans votre page doit faire au minimum 1200px de côté. Facebook prête attention à la qualité des visuels, il ne serait pas étonnant que les pages ne respectant pas ces critères soient moins présentes dans les fils d'actualités.

Le retour des QR codes ?



On les pensait passés de mode et voici qu'Apple intègre un lecteur de QR codes dans son iOS 11 qui met la puce à l'oreille et alimente les pré-

dictions de leur grand retour dans notre vie quotidienne occidentale. Car en Chine, l'usage des QR codes est très populaire et l'on peut tout commander ou payer d'un scan : restauration, taxi, obole au musicien des rues via les services WeChat ou Alipay. Selon Juniper Research, le nombre de coupons échangés en QR codes devraient atteindre 5,3 milliards d'ici 2022. Certaines marques nous le proposent déjà dans leurs scénarios d'achat : Starbucks lors du passage en caisse, l'opticien Kryss pour le renouvellement de lentilles. Et d'autres usages assez évidents se dessinent : connexion Wi-Fi, réseaux sociaux, envoi de messages, mise en relation, étiquetage d'objets...

Facebook dévoile les chiffres de sa modération



Les algorithmes de Facebook sont en mesure de supprimer automatique-

ment des contenus jugés inappropriés sur la plate-forme, le plus souvent avant même que les utilisateurs aient pu les signaler. Facebook affirme supprimer 99,5 % de la propagande terroriste et 85 % des contenus violents. Les spams et les faux-comptes sont facilement repérés et se chiffrent en centaines de millions au premier trimestre 2018. Les discours haineux restent les contenus les plus difficiles à modérer par les Intelligences Artificielles en raison des formes très diverses qu'ils peuvent prendre.

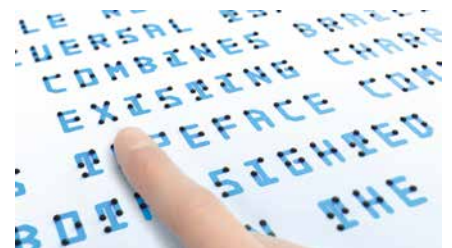
Gravient : une typographie qui change selon le point de vue du lecteur

L'agence de réalité virtuelle et augmentée Gravient travaille sur le point de vue de l'utilisateur et les nouvelles façons de le questionner. Pour réaliser l'identité visuelle de la structure, le studio de design Práctica a conçu un système typographique interactif : une police de caractère en 3D qui évolue en fonction du point de vue de l'utilisateur. Ainsi, en se basant sur l'angle duquel le lecteur les voit, les lettres changent de forme et bougent ! Un langage typographique infini dont les styles sont déterminés par la perspective...

À visualiser sur :

<http://thenextpointofview.com/>

La typo Braille Neue, pour un accès universel à l'information



Le jeune designer japonais Kosuke Takahashi travaille depuis 2016 à la création de Braille Neue, une police combinant le braille et l'alphabet visible, latin et japonais pour l'instant.

D'autres s'y sont essayés avant lui mais il pourrait être le premier à réussir à imposer sa création en la proposant pour l'équipement des espaces publics durant les Jeux Olympiques de 2020 au Japon. Prenant moins de place que le braille « classique », la police fonctionne également très bien en grand format. Un pari pour une information visible de tous.



Appel à candidatures pour un poste d'administrateur

Toutes les candidatures au poste d'administrateur sont les bienvenues et doivent être adressées au Président Bernard Fautrez par l'intermédiaire de la déléguée générale, Nathalie Jammes : njammes@fdcom.coop

Vos questions à l'ordre du jour du congrès

Le congrès juge de l'activité fédérale, fixe le programme de la Fédération, donne les directives à suivre et élit le conseil d'administration. Il délibère et statue sur toutes les questions portées à l'ordre du jour. Ainsi, nous vous invitons à transmettre au Président Bernard Fautrez les questions que vous souhaiteriez porter à l'ordre du jour du congrès.



Les 11 et 12 octobre 2018, la Fédération organise le 23e Congrès des Scop de la Communication à Lille

Placé sous le thème des Pratiques Innovantes : nouvelles organisations du travail, évolution des métiers & des techniques

Ce qui vous attend en bref :

Judi 11 octobre, à partir de 13h30

Table Ronde

L'évolution de nos métiers et des besoins en communication

Ateliers

Audiovisuel & arts vivants
Arts graphiques & impression
Web & data
Agences de com'

Présentation des innovations

Soirée Spectacle

Vendredi 12 octobre, jusqu'à 14h

Conférence des experts

Changement d'époque : la digitalisation, les nouveaux modes de management

Speed-dating fournisseurs & partenaires

Assemblée Générale

Rapports au congrès
Modification des statuts
Elections

Projet de modification des statuts de la fédération

Le congrès est la seule instance qualifiée pour modifier les statuts. Dans ce cadre, le conseil d'administration fédéral porte à votre connaissance le point d'ordre du jour concernant un projet de modification des statuts dont le but est de mieux prendre en compte les activités culturelles de certaines Scop de la Communication. Ainsi, l'article 5 des statuts de la fédération intégrera la possibilité d'admettre des Scop dont l'objet social se rattache au secteur de la Culture.

Une journée « Fuji » à Bruxelles organisée la veille du congrès

Profitez de votre séjour à Lille, à l'occasion du congrès, pour participer à notre journée « centrale d'achat » organisée la veille, le 10 octobre à Bruxelles, comprenant la visite du centre de démonstration Fujifilm avec présentation des technologies et plus particulièrement de la Presse Numérique Fujifilm, la JetPress 7205.

Inscriptions auprès de Nathalie Jammes : njammes@fdcom.coop.

madeinscop

Un grand merci de la part de l'équipe Made-in-Scop !

De février à avril 2018, l'équipe Made-in-Scop a réalisé une grande enquête auprès des adhérents du réseau pour mieux les connaître et être au plus près de leurs besoins au quotidien. Vous êtes près de 40% à avoir répondu et nous vous en remercions ! Grâce à votre appui, nous avons pu dégager plus précisément

les réussites et les orientations futures de cet outil.

Vous êtes plus de 80% à exprimer un intérêt pour les événements Made-in-Scop organisés partout en France, afin de rencontrer les acteurs de l'ESS et de nouer des relations fructueuses. Plusieurs d'entre vous ont déjà eu la possibilité d'y participer. Aussi ces rendez-vous se poursuivront pour

promouvoir les talents des Scop de la Communication et l'intercoopération auprès des décideurs.

Nous sommes toujours friands de vos idées et suggestions au quotidien pour faire vivre Made-in-Scop. N'hésitez pas à nous contacter pour échanger et dynamiser le réseau avec nous !

L'équipe Made-in-Scop

La fédération est particulièrement sensible au respect de la protection des données personnelles et vos données sont strictement réservées à l'envoi de Brèves de Com. Pour exercer vos droits dans le cadre du RGPD, nous vous invitons, si vous ne souhaitez plus recevoir cette lettre d'informations, à faire une demande de désabonnement à njammes@fdcom.coop.