

# brèves de com

La lettre de la fédération des scop de la communication



*Trois questions à François Badénès, Président d'Human Connect, expert des nouveaux territoires dédiés à la communication. A la suite de la conférence qu'il a animée lors du Congrès des Scop de la communication, Brèves de com l'interroge.*

## « Toutes les batailles perdues se résument à 2 mots : trop tard »

### Sociétés

Événement

### Achats

Colorimétrie

### Marchés

Marché de l'événement

### Technologies

La fin de l'appareil photo

### Fédération

A l'ouest, les imprimeurs se réunissent

## lescop de la communication

SOCIÉTÉS COOPÉRATIVES  
ET PARTICIPATIVES

8, boulevard Poissonnière  
75009 Paris - Tél. 01 56 03 90 05

accueil@fdcom.coop  
www.fdcom.coop

Directeur de la publication : **Bernard Fautrez**  
Rédacteur en chef : **Denis Dejeu**  
Réalisation : Uni Graphic  
Crédit photo : © Picture-Factory - Fotolia  
ISSN : 1631-5243



**Brèves de com :** Les métiers traditionnels de la communication sont-ils en train de connaître une évolution ou une révolution ?

**François Badénès :** « Toutes les batailles perdues se résument à 2 mots : trop tard » : l'adage du général Mac Arthur est particulièrement d'actualité. Tous les secteurs sont impactés par cette 3<sup>e</sup> révolution industrielle dont bien évidemment les professionnels de la communication. A la communication verticale descendante (top down) se substitue, par exemple, le web collaboratif centré sur l'échange, le partage, l'interaction.

C'est en adoptant des logiques d'intelligence collective que les professionnels pourront s'en sortir. Votre fédération porte du sens et de l'avenir en offrant une vitrine collective des savoir-faire et des offres. Il faut continuer à pousser dans une logique assumée de coopétition (Coopérer avec ses concurrents). Les missions traditionnelles de la Com (print, RP, stratégie, événement...) doivent inclure des leviers autour des usages du web (webmarketing, community management, « crowdsourcing » etc.). Ils nous ramènent à l'origine étymologique de la communication qui suppose l'interaction et l'échange. La première urgence est donc de se former sur ces usages et d'en comprendre les enjeux pour proposer demain de nouveaux services et produits. Des structures comme Social-Planet proposent des formations web 2.0 aux acteurs de l'ESS et vous avez des adhérents qui le font également.

**Brèves de com :** Dans ce contexte, quels sont les enjeux pour les professionnels de la communication ?

**François Badénès :** S'adapter. Innover. Développer de nouveaux services et produits. Voir le web comme une opportunité d'innover : journaux internes rich media, webTv internes, podcast... Conseiller et aiguiller les clients vers ces nouveaux usages et les y former. Les plaquettes corporate avec discours auto-centré ne séduisent plus, des interviews vidéos sur intranet peuvent compléter les journaux internes, le journalisme devient interactif, nourri de data et restituant une information synthétique mixant texte, son et image, l'animation de réunion utilise des leviers créatifs (Mindmapping), la facilitation visuelle, des formes d'animation type wordcafé, l'expression, l'appropriation, la co-construction se font de manière ouverte avec des techniques d'agilité... avec de la CREATIVITE il y a mille choses à faire avec de nouveaux métiers liés à une vision globale de la communication. Soit on regarde passer le train dans son coin en râlant, soit on imagine et on réinvente les modèles.

**Brèves de com :** Etre entreprise coopérative, est-ce un atout ?

**François Badénès :** Le statut coopératif est dans le monde qui se dessine un levier potentiel formidable, porteur de (bon) sens et d'espoir sous réserve d'innover et de s'adapter comme toutes les entreprises et organisations.

Nous ne sommes pas dans une crise mais dans un changement de cycle profond et structurel : c'est une période angoissante mais aussi réjouissante suivant le regard qu'on adopte.

<http://www.social-planet.org>  
<http://lafabriqueduchangement.fr>  
<http://les-temps-changent.com>  
<http://about.me/fbadenes>



## Le drone de PixNprod



Pix'nprod est venue présenter son

drone et son pilote au Congrès des Scop de la communication à Nantes. L'agence coopérative auvergnate, « Communication Audiovisuelle Créative », maîtrise la prise de vue aérienne sur le plan technique, du pilotage, artistique et juridique. Un savoir-faire et un équipement qui ne laissent pas indifférents les autres producteurs audiovisuels avec des partenariats à la clé.

## Adieu au Télescope



Le Télescope, journal

d'informations locales en ligne d'Amiens, a tenté un pari ambitieux : vivre du seul abonnement de ses lecteurs et sans publicité. Il aura tenu deux ans et atteint 650 abonnés. Il lui en aurait fallu 2000 pour assurer sa pérennité. La qualité rédactionnelle était au rendez-vous, la maquette était belle et le prix de l'abonnement raisonnable (5 euros par mois). C'est bien l'insuffisance du nombre de lecteurs prêts à payer pour une information indépendante qui signe la fin de l'aventure.

## Reprotechnique et Coopetic



Reprotechnique, lauréate de l'appel à projet « Economie Sociale » 2013 du Département



des Hauts de Seine, a été choisie pour annoncer l'appel à projet 2014. Autre lauréate 2013, la Coopérative d'Activités Coopetic, spécialisée dans les métiers de la communication, avait été récompensée pour son CoopLab, un lieu dédié à la fabrication de produits multimédia.

## Événement



Pour organiser des événements à gros budget, il faut pouvoir intervenir partout dans le monde et mobiliser, pour quelques heures, des moyens techniques et artistiques hors du commun. Des contraintes qui limitent le nombre des opérateurs. La Scop « Event Management » (Amedeo Ugolini) en fait partie. Elle a intégré pour cela un réseau également implanté en Italie et en Angleterre. A leur actif : les JO de Salt Lake, le Jubilé de la Reine à Londres, Les Nuits Blanches de Barcelone ou encore l'inauguration du siège du Groupe Chèque Déjeuner.



## Les serious games de Dowino

Les annonceurs n'y pensent pas souvent. Pourtant, proposer un jeu est un moyen simple de créer des émotions et d'engager le joueur. C'est la spécialité de DOWINO, nouvelle coopérative implantée à Villeurbanne près de Lyon. Elle crée des « serious games » destinés à promouvoir le développement durable, la responsabilité sociale, la santé publique et la solidarité.

## Rebond



Belle stratégie que celle de l'agence de communication Résonance à Roubaix qui, après une phase de difficulté, a su rebondir en s'intégrant dans le cluster lillois d'entreprises solidaires « InitiativesETcité ». Les entreprises de la « grappe » occupent aujourd'hui tout un immeuble à proximité du centre de Lille, avec des espaces et du matériel commun. La mutualisation continue de progresser avec des outils commerciaux et des compétences partagées. Les échanges quotidiens entre les acteurs de l'économie sociale ainsi regroupés irriguent les relations et génèrent un spectaculaire développement.

## Le caractère des Scop



Le magazine professionnel

Caractère du mois de mars 2014 publie un article de 3 pages sur la reprise d'entreprise en Scop avec les interviews de plusieurs dirigeants d'imprimeries : Bruno Arasa (Hélio Corbeil), Frédéric Villette (Imprimerie de l'Etoile), Marc Delavaud (Le Sillon), Sylvie Richard (Laballery), Philippe Cardoso (Imprimerie de Ruffié) et Olivier Crus (Reprotechnique). L'implication et la responsabilisation des salariés associés, l'accompagnement du réseau des Scop apparaissent comme les principaux atouts des imprimeries coopératives.

## Méli Mélo



Média-Pro à Lyon assure le tournage de « Méli Mélo », une web série par épisodes diffusée à raison d'un épisode toutes les trois semaines. La production a mobilisé une douzaine de personnes dont les deux comédiens, Jacques Chambon et Franck Pitiot. Le lancement officiel du site Internet a eu lieu le 13 mai et l'avant première de la série a été présentée le 17 mai au Lyon City Design Arena, une manifestation biennale internationale sur le design urbain.



## Carte SIM tout opérateur



Les Pays-Bas viennent de légaliser la diffusion de cartes SIM universelles qui pourront se connecter au réseau de n'importe quel opérateur de téléphonie mobile. Conséquence : les constructeurs de smartphones ou de tablettes pourront vendre leurs produits équipés d'une carte SIM qui laissera au consommateur le choix de son opérateur mobile. En France, c'est l'opérateur qui fournit la petite carte à insérer dans l'appareil, s'assurant ainsi d'un avantage en matière de fidélité.

## Colorimétrie



Pour les entreprises des industries graphiques qui veulent engager une démarche de standardisation des fichiers, de la colorimétrie et des modes opératoires, Agefos-PME CGM propose une solution novatrice de formation à distance. A partir d'un parcours et d'un accompagnement individualisé, les salariés intéressés suivent une formation à distance aux horaires qu'ils choisissent avec l'entreprise. La formation est basée sur les principes de la standardisation colorimétrique ISO 12647. Elle est prise en charge à 100%. La méthodologie de formation a fait l'objet d'un travail partenarial entre les professionnels (IDEP), les formateurs et les techniciens.



## Hausse du papier

La plupart des fournisseurs de papiers ont annoncé une revalorisation de leurs prix.

Papyrus applique une augmentation de ses tarifs de 4 à 6 % sur les papiers offset blancs standards et lasers. Torraspapel a également annoncé des hausses. Pour mémoire, Coopadev n'a pas signé d'accord cette année sur les tarifs avec les papetiers référencés, chaque imprimerie restant libre de négocier le meilleur tarif.

## Chargeur universel



Encore 3 ans et le chargeur d'appareil électronique universel deviendra obligatoire sur tous les appareils. Une directive de l'Union européenne permettra de réduire les déchets, les coûts et simplifier la vie des utilisateurs. C'est le port micro-USB, déjà largement adopté par les fabricants de smartphones, tablettes et GPS qui deviendra le standard obligatoire. Fini, en principe, les systèmes propriétaires comme le Lightning d'Apple qui lui permettent d'autoriser ou non la fabrication des accessoires. Reste à vérifier que la définition européenne du chargeur universel englobe bien le connecteur de l'appareil, le câble et l'adaptateur secteur.

## Cybersécurité



D'après une enquête de la Commission Européenne, 93% des grandes entreprises ont connu une cyberattaque en 2012. Considérant que les personnes peuvent être victimes des fuites de données, les députés européens ont adopté une nouvelle directive sur la cybersécurité, avec obligation de déclaration des attaques informatiques par les entreprises qui en sont victimes. Elle concerne les fournisseurs de services internet critiques. Ce sont les Etats qui préciseront les règles exactes et détermineront qui sera soumis à ce devoir de transparence.

## Enervants DRM



Généralement grâce à des puces RFID, les fabricants d'imprimantes veulent interdire l'utilisation de cartouches d'encre fabriquées par des concurrents. Keurig, un fabricant de machines à café concurrent de Nespresso veut lancer des machines dotées d'un système qui refusera d'utiliser des dosettes « compatibles ». Juridiquement, cela revient à entraver la concurrence, ce qui est condamnable. Mais à chaque fois, le prétexte est la garantie d'une qualité uniforme, comme si le consommateur était incapable de décider lui-même de sa préférence.

## Paris en Open Data



Depuis avril, tous les marchés publics de la ville de Paris comportent une clause open data. Chaque prestataire candidat doit s'engager à libérer les données produites dans le cadre de l'exécution du marché auquel il répond. La mairie a ouvert un cycle de « meetups Open Data » ouverts à tous les développeurs, codeurs, porteurs de projets, chercheurs, étudiants et autres pour leur permettre d'échanger sur la base des données libérées. La première rencontre a permis de rassembler et d'informer la communauté sur l'évolution de la démarche.

## Annuaire des associations



S'il existe le registre du commerce pour identifier les sociétés, il n'existe rien d'identique pour les associations. Des communes proposent bien des registres comme le SIMPA à Paris, mais cela reste limité. D'où l'intérêt de l'initiative de « Fédération Asso1901 » qui dispose d'une base de données de 1,5 millions d'associations avec mise à jour des créations et dissolutions (<http://www.asso1901.com>). ●



## Slogans



« Gagner », « Amour », « Croire », sont les mots qui ont le plus progressé en 2013 dans les slogans publicitaires (Observatoire Souslelogo). Est-ce

donc d'abord sur ces registres que les marques pensent attirer notre attention ? Les Scop avec « Partage », « Solidarité », « Démocratie » sont indéniablement en décalage.

## e-distribution



La distribution des marques traditionnelles passe par les magasins. La

vente directe par Internet reste timide par crainte de se faire reprocher une concurrence illégitime par les détaillants. Mais le web est devenu une source de précieuses « data » permettant de cibler et de faire évoluer les produits. Les marques ne vont plus longtemps s'en priver. Par exemple, l'Oréal va lancer plus de 200 sites marchands dans les prochaines années, promettant que ce ne sera pas au détriment de la distribution traditionnelle.



## Régies et data

Le métier de régie publicitaire consiste à vendre des espaces publicitaires d'un ou plusieurs médias. Comme les régies organisent le point de contact entre un annonceur et un public, elles sont de plus en plus à même de profiler ce dernier lorsqu'il s'agit d'un média électronique. Dès lors, en observant les initiatives de l'internaute sur le Net, elles connaissent ses centres d'intérêt. La tentation est grande de lui fournir des contenus ciblés pour orienter ses choix. Un mélange dangereux entre activité éditoriale et publicité.

## Marché de l'événement



Le baromètre de l'Association des agences de communication événementielles montre une situation relativement stable et plutôt optimiste. Une agence sur deux a recruté depuis septembre 2013 et beaucoup se diversifient dans des activités connexes et complémentaires à l'événement pur. Près de 60% constatent une certaine fidélisation de leurs clients : 21% sont reconduites régulièrement sans appel d'offre, 19% travaillent dans le cadre d'un contrat cadre sur plusieurs années, 19% sont remises en compétition. L'activité est d'abord sur les événements internes et externes, puis l'incentive (motivation), puis les événements grands publics.

## Référencement



Les « clics payants » consistent pour un annonceur à verser une petite contribution chaque fois qu'un internaute clique sur un lien proposé par un site ou moteur de recherche. Quelle que soit la catégorie de produits ou services proposés, 1% des annonceurs récupèrent 80% des clics. C'est le résultat d'une étude Kantar Media sur les Etats-Unis, la France et le Royaume-Uni. Le pourcentage monte même à 90% pour l'Internet et la téléphonie. Une archi concentration du lien sponsorisé au profit d'un petit noyau d'annonceurs hyperactifs.

## Concentration dans l'imprimerie en ligne



Après avoir repris le numéro un néerlandais Print & People, Vistaprint rachète Pixartprinting (56 millions de chiffre d'affaires et 330 salariés) qui imprime en offset, numérique et grand format et vend en ligne dans 11 pays. Centrée sur une clientèle de PME, la société néerlandaise compte 25 filiales dont Vistaprint SARL en France. Son activité a débuté en 2010 et elle réalise plus de 8 millions de chiffre d'affaires en 2013.

## Impression 3D



Aux Etats-Unis, Staples compte 2000 magasins de fournitures de bureau. Il vient de les équiper d'imprimantes 3D pour permettre à ses clients de venir y imprimer leurs objets 3D. Des services connexes sont proposés et la fabrication des grosses commandes se fera dans des unités centralisées. La « fourniture de services en impression 3D » vise à accroître l'activité des points de vente qui font face à une baisse de leur chiffre d'affaires.



## Catalogue

Depuis 82 ans, 3 Suisses diffusait deux fois par an son catalogue, à 4 millions d'exemplaires de 1000 pages, un pour le printemps-été, l'autre pour l'automne-hiver. L'enseigne de vente par correspondance vient de décider de l'arrêter. Figer son offre commerciale et ses tarifs pour six mois ne lui paraît plus possible à l'heure d'Internet. Le poids financiers des stocks y est peut-être pour quelque chose, l'entreprise préférant fonctionner sur des cycles de renouvellement plus courts. ●



## Encre auto-effaçable



Les Amis de la Terre et l'agence chinoise Cheil ont créé une encre auto-effaçable après deux à trois jours au contact de l'air. Le papier est ensuite réutilisable. Dans des imprimantes, des cartouches de cette encre permettraient d'éviter le grand gaspillage de papier du nombre incalculable de documents jetés après lecture. Les créateurs sont à la recherche d'un fabricant à grande échelle.

## La fin de l'appareil photo



Alors que les dernières générations d'appareils photo rivalisent avec les caméras vidéos grâce à leurs capacités à filmer, c'est maintenant les caméras vidéos qui pourraient bien remplacer les appareils photo. Avec une résolution suffisante, il sera bientôt possible d'extraire des photographies à partir des rushes. La dernière caméra Red Epic Dragon 6K permet ainsi de sortir des instantanés de 19 Mpx. Elle reste très chère (29.000\$) mais la technologie pourrait devenir accessible dans quelques années.

## Gouvernance d'Internet



Depuis 1998, l'attribution des noms de domaine Internet est gérée mondialement par l'Icann (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers), une société de droit californien sans but lucratif dont la direction est assurée par les Etats-Unis. Cette situation controversée devrait évoluer avec le retrait du gouvernement américain annoncé en septembre 2015. La préservation de la libre expression et la protection des données individuelles restent des enjeux majeurs. Mais la question de qui doit gouverner l'Internet mondial cherche encore une réponse. Prochaine étape : le forum de la gouvernance Internet en Turquie au mois de septembre.

## La recette miracle



TNS Sofres

TNS Sofres a identifié les principes à combiner pour rendre une marque « irrésistible » : savoir-faire générant la confiance, dynamique (vitalité par renouvellement continu), différence (quelque chose de plus), émotionnel (réactions intuitives rapides), cohérence interne (identité, image, produit), unité (convergence des messages de l'organisation).

## Réaliser des animations



Explee

Explee est une plateforme de création de vidéo d'animation. A partir de vos images ou de celles d'une bibliothèque, vous créez une bande dessinée sonorisée. Les fonctionnalités permettent de donner vie aux images et de les organiser, puis de diffuser sur YouTube. La tarification va de 7 à 25 euros par mois. Un bon moyen de valoriser les présentations.

## Impression en braille

M&H Plastics a mis au point un nouveau



procédé permettant l'impression en relief de points de caractères braille directement sur un emballage plastique. Le dépôt d'un vernis très résistant imprime les points avec une uniformisation des hauteurs de lettres, sans possibilité d'arrachement ou d'écrasement. Bien entendu, il est également possible d'utiliser la technique pour créer un effet d'embossage sur les plastiques.

## Informaticien chauffagiste

### Qarnot computing

Les centres de traitement des données (data centers) vont évoluer de manière radicale : augmentation de la part des énergies renouvelables (10% actuellement, 50% dans dix ans), réduction de leur taille et densification, réutilisation de la chaleur dégagée par les serveurs. La star-up française Qarnot Computing montre l'exemple en proposant de délocaliser les serveurs chez les particuliers en lieu et place des radiateurs. Une opération pilote est testée dans une centaine de logements HLM à Paris 15<sup>e</sup> arrondissement. En été, des serveurs classiques prennent le relais.



## Concurrent à Powerpoint

Prezi se lance en version française. Le logiciel de présentation ambitionne de détrôner Powerpoint en remplaçant les diapositives par une seule surface de taille illimitée. L'utilisateur va donner vie aux informations en jouant sur les zooms et les transitions. L'utilisateur peut accéder gratuitement à la plateforme pour réaliser et stocker sa présentation à condition de la rendre publique. Sinon, il faudra payer pour pouvoir la sauvegarder sur son propre système et y accéder en mode hors-connexion.



## A l'ouest, les imprimeurs se réunissent



Suite à l'atelier sur le modèle économique des imprimeries animé par Hervé Le Chevalier au congrès de Nantes, les Scop de la Communication de l'Ouest ont décidé de se rencontrer le mardi 24 juin 2014 dans les locaux de l'Union Régionale pour débiter une réflexion sur les pistes de diversifications et les mutualisations possibles entre les Scop géographiquement proches (abaissement des coûts d'impression, mutualisations d'outils, de compétences, migrations de supports...). Les projets issus de cette rencontre feront ensuite l'objet d'un audit et d'une étude de faisabilité avec un accompagnement individuel de l'entreprise.

## Règlementation européenne

Le Parlement européen a adopté de nouvelles règles concernant les télécommunications :



- la fin du « roaming » (frais supplémentaires pour l'utilisation d'un portable depuis l'étranger) à partir du 15 décembre 2015 ;
- la neutralité du Net : les fournisseurs d'accès à Internet ne pourront plus ralentir ou interdire les services fournis par leurs concurrents ;
- et des modalités d'achat ou location de radiofréquences pour la 4G et 5G et d'identification électronique.

## Conseil d'administration



Le nouveau conseil d'administration de la fédération, à l'issue du Congrès de Nantes, se présente ainsi :

- Bernard Fautrez (Muticité-Résonance), Président
- Laurent Poisneuf (ICO), Vice-président
- Sylvie Legrand (Insite), Trésorière
- Hélène Le Gac (IOV Communication), Secrétaire
- Philippe Frémeaux (Alternatives Economiques)
- Abdellah Ben Hamou (L'Artésienne)
- Nelly Léger (Et pourquoi pas)
- Thomas Roche (Mix & Mouse)
- Yvon Paugam (Mot compte triple)
- Michel Bredeau (Laballery)
- Olivier Crus (Reprotechnique)
- Isabelle Treffot (Uni Graphic).

## Départ de Gilles Mure-Ravaud



Gilles Mure-Ravaud qui assurait la direction générale de l'imprimerie Laballery quitte la coopérative pour des raisons familiales et, par conséquent, la présidence de la Fédération. Le Congrès n'a pas manqué de saluer son implication dans le développement des actions fédérales et lui a souhaité autant de passion dans sa future expérience professionnelle. C'est maintenant Michel Bredeau, responsable administratif et comptable de Laballery qui la représentera au conseil d'administration.



## Congrès de Nantes

140 congressistes se sont retrouvés au Solilab, un lieu tout neuf consacré au développement de projets coopératifs, pour le XXII<sup>e</sup> Congrès de la Fédération des Scop de la communication. Les ateliers de travail thématiques et la présentation d'innovations et initiatives de repositionnement de l'offre de Scop ont été suivis d'une soirée dîner spectacle à l'école du cirque. Le lendemain, le président Lenancker a présenté un point d'étape des actions confédérales avant les présentations des rapports d'activité, financier et d'orientation et le renouvellement du conseil d'administration. Conclusion avec une conférence bien à propos, « Changement d'époque » par François Badénès.

## Commission de contrôle



La commission de contrôle chargée de vérifier et d'apprécier les comptes annuels de la Fédération, constituée de deux membres indépendants des administrateurs, a été désignée par le Congrès : Claude Jaunet (Média Horizon/Le Bocage) et Laure Hervé (Port Parallèle).

## Leçon d'investissement



Warren Buffet, oracle des investisseurs américains, aime à rappeler que deux innovations qui ont fortement affecté la vie des gens et connu un énorme développement -la voiture et l'avion- ont impacté négativement le capitalisme de son pays : la grande majorité des marques ou compagnies ont disparu et celles qui subsistent ne sont pas très rentables. Ainsi, ce n'est pas parce qu'un secteur change les vies de manière spectaculaire et connaît une forte croissance qu'il profite aux investisseurs. En conclusion, il préfère miser sur une entreprise qui possède un réel avantage concurrentiel avec une forte pérennité de cet avantage.

## Diversification



Le volume des imprimés papier a fondu. Avec des capacités de production devenues supérieures aux besoins, les imprimeurs connaissent une terrible crise avec la diminution de leur chiffre d'affaires et surtout de leurs marges. Pour beaucoup d'entre eux, il est indispensable de s'inscrire dans une diversification et/ou une révision de leur modèle économique. La Fédération des Scop de la communication s'est alliée au GMI (Groupement des Métiers de l'Imprimerie) et à l'IDEP (Centre de ressources des industries graphiques) pour développer une étude qualifiée sur le sujet.