

développer la stratégie de communication de

Canopia, le Tiers-Lieu de l'entrepreneuriat coopératif

Megane Zsombok



expérimenter



partager



travailler

CANOPIA 

Espace d'inspirations, lieu de coopérations

Développer la stratégie de communication de

Canopia, le Tiers-Lieu de l'entrepreneuriat coopératif

par

Megane Zsombok

Mémoire de fin d'études

Licence professionnelle CoLibre

Gestion de projet communication
spécialisée en logiciels libres

promotion **2020**

p.6	Introduction	
p.8	Intégrations	
	A La place de Canopia dans l'entrepreneuriat coopératif	1
p.8	a. La gouvernance partagée, sociétariat et gestion du Tiers-Lieu	
p.10	b. La situation de Canopia : problèmes et perspectives	
p.12	B Le rôle de chargée de communication	
	a. Apprendre à connaître la structure et ses acteurs	
p.15	b. Organiser son temps de travail, prioriser les missions	
p.18	Constructions	
	A Élaborer une stratégie de communication	2
p.18	a. Trouver un chemin vers les objectifs	
p.21	b. Révolution ou évolution ?	
	B De la réflexion aux créations	
p.23	a. Mouvements intérieurs et ouverture vers l'extérieur	
p.28	b. Adaptation des supports et convergence des actions	
p.30	Transmissions	
	A Travailler en collaboration	3
p.30	a. Un climat d'échange favorable à des constructions pérennes	
p.30	b. Les logiciels libres, piliers du travail collaboratif	
p.32	c. Gestionnaire, entrepreneurs et stagiaire dans une même sphère	
p.33	B Perspectives d'avenir	
p.33	a. Penser à "l'après" ; une communication en roue libre ?	
p.34	b. Des outils libres pour une gestion de la communication plus accessible	
p.36	Conclusion	
p.38	Lectures	

Faire émerger une réflexion de la pratique

L'analyse du travail fourni pendant un stage permet de prendre du recul sur le motif de l'emploi du stagiaire par l'entreprise qui l'accueille, et le but des actions réalisées par celui-ci. Mon rapport de stage fait état de l'ensemble des travaux que j'ai effectués durant six mois en tant que chargée de communication dans le Tiers-Lieu Canopia. La mise au point sur ces travaux, matérialisée par le dit rapport, montre qu'ils ont pour socle commun le plan de communication que j'ai participé à élaborer, en lien étroit avec la stratégie commerciale de Canopia.

Ce mémoire fait suite au rapport afin d'entreprendre une réflexion sur mon travail des six derniers mois et de la mener vers une dimension plus générale, qui pourrait s'appliquer à une organisation similaire, en posant la question suivante :

Comment, dans le cadre d'un stage, mettre en place une stratégie de communication pérenne pour une structure en coopérative qui démarre son activité ?

La réponse à cette question se composera de trois parties. La première expliquera la manière dont s'intègrent, d'une part, Canopia dans la sphère de l'entrepreneuriat coopératif, et d'autre part, mon rôle de chargée de communication dans l'entreprise. La seconde exposera comment se sont construites et développées la stratégie et les actions de communication, du stade de la réflexion à celui de la création. Enfin, la dernière partie montrera quels furent les éléments nécessaires pour assurer la pérennité des processus de communication mis en place dans l'entreprise.

1. Intégrations

A La place de Canopia dans l'entrepreneuriat coopératif

a. La gouvernance partagée, sociétariat et gestion du Tiers-Lieu

Créé dans l'optique de réunir les entrepreneurs en coopératives de la métropole lyonnaise, le Tiers-Lieu Canopia est plus qu'un espace de coworking. L'entreprise joue son propre jeu en étant elle-même intégrée dans le mouvement coopératif, sous le statut de SCIC SAS. Une Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) est un modèle d'entreprise similaire à la SCOP, mais avec des sociétaires qui peuvent être de toute nature ; entreprises, personnes physiques, collectivités publiques, associations etc.

Pour comprendre le fonctionnement de la gérance de Canopia, il faut donc connaître les principales spécificités d'une SCOP. Ce statut désigne une sociétés coopérative dans laquelle les membres associés au capital sont les salariés. Ils sont majoritaires, avec au moins 51 % du capital et 65 % des voix. Tous les salariés d'une SCOP deviennent associés au bout d'un temps (sinon ils quittent l'entreprise). Le dirigeant d'une SCOP est élu par les salariés associés. Le partage équitable du profit réalisé par les activités de la société s'opère en divisant les bénéfices en trois parts égales :

- une part pour tous les salariés
- une part pour les associés (sous forme de dividendes)
- une part pour les réserves de l'entreprise

Les réserves d'une SCOP sont impartageables et définitives ; elles représentent environ 40 % du résultat, et servent à développer l'activité de l'entreprise.



Un des encarts informatifs sur le mouvement coopératif que j'ai réalisé, affiché sur les murs du Tiers-Lieu.



Développer la stratégie de communication de **Canopia, le Tiers-Lieu de l'entrepreneuriat coopératif**

Les fondateurs de Canopia ont choisi de monter l'entreprise en SCIC afin que les usagers du Tiers-Lieu aient la possibilité de s'impliquer concrètement dans la vie du lieu et de contribuer à développer les liens entre les entrepreneurs en coopératives sur le territoire.

Emmanuelle Jouas, porteuse du projet et actuelle gestionnaire du Tiers-Lieu, l'Union Régionale des SCOP en Auvergne-Rhône Alpes et la Coopérative d'Activités et d'Entrepreneurs Elycoop sont les trois fondateurs de Canopia. En assemblée générale, la SCIC est gouvernée par un collège de vote dont la répartition des voix est décidée à la création. À Canopia, le collège se compose de la manière suivante :

- 30 % des votes sont pour les sociétaires fondateurs (URSCOP / Elycoop)
- 10 % des voix sont attribuées aux partenaires, comme la banque éthique La Nef
 - 30 % reviennent à la présidente-salariée (Emmanuelle Jouas)
 - 30 % des voix sont celles des sociétaires de Canopia

Avec uniquement les fondateurs à mon arrivée en février 2020, le sociétariat de Canopia s'est agrandi pendant la période où j'y travaillais. Trois entreprises et une personne physique sont entrées au capital le 9 juillet dernier, suite à une assemblée générale à laquelle j'ai assisté dans mon rôle de chargée de communication. Étant donné cette date très récente, ce que j'ai pu observer de la gouvernance de Canopia par le prisme de réunions comme celles-ci reste vierge de l'influence des nouveaux sociétaires.



Au fil des réunions nommées Conseils de Pilotage (COPIL), dans lesquelles j'étais présente depuis mon premier jour de stage, j'ai pu comprendre comment s'articulent les rôles de chacun dans la gestion de Canopia. Emmanuelle est présente au quotidien dans l'espace du Tiers-Lieu, à la charge de la gestion des affaires administratives courantes et de l'accueil des entrepreneurs ou des visiteurs. Elle dirige également l'organisation des événements et animations du lieu, et s'occupait aussi de ce qui concerne la communication de Canopia.

L'implication des deux autres sociétaires fondateurs dans le développement du Tiers-Lieu est particulièrement effective à l'extérieur des murs de Canopia. L'URSCOP et Elycoop font le lien entre cet espace de travail partagé et les entrepreneurs ou les organisations qui gravitent dans leurs environnements respectifs.

Relais de supports de com, place de Canopia dans les programmes d'accueil et d'intégration, suggestion du Tiers-Lieu comme point d'accueil pour des évènements organisés en partenariat avec leurs structures, disposition de bureaux fixes dans le Tiers-Lieu... en plus de faire la promotion de Canopia, les sociétaires fondateurs participent activement aux réflexions stratégiques concernant le développement commercial de Canopia. Ce sont d'ailleurs bien l'URSCOP et Elycoop qui ont porté la stratégie de création du *Tiers-Lieu de l'entrepreneuriat coopératif*, accompagnés par Emmanuelle Jouas et le bureau d'études de La Cordée en novembre 2018.



La couverture du pdf exposant la stratégie de création de Canopia.



Une pancarte que j'ai dessinée lorsque j'ai revu et développé la signalétique à Canopia.

b. La situation de Canopia : problèmes et perspectives

Le constat fait par les trois membres associés le 28 février 2020, environ quatre mois après l'ouverture du Tiers-Lieu, lors du premier COPIL auquel j'ai assisté était inquiétant ; les objectifs fixés au départ n'étaient pas atteints et l'activité peinait à démarrer. Revenir sur le contexte dans lequel ces prévisions furent établies était un premier pas vers une recherche de solutions.

Le projet Canopia a été envisagé en 2018 pour répondre à un besoin des entrepreneurs en coopératives, chez Elycoop par exemple. « Il manquait sur Lyon un espace de coworking dédié à l'entrepreneuriat coopératif » lit-on sur le site web d'Elycoop, dans une communication sur l'ouverture du Tiers-Lieu en novembre 2019.

Développer la stratégie de communication de Canopia, le Tiers-Lieu de l'entrepreneuriat coopératif

La plateforme web *Je crée dans ma région* a publié un article lors du lancement du Tiers-Lieu dans lequel Jimmy Mercante, directeur d'Elycoop et représentant de la CAE dans les réunions COPIL, nous dit : "Avec Elycoop, on propose une activité de CAE depuis 20 ans, avec un hébergement juridique, un accompagnement pour faciliter l'acte d'entreprendre. Dans l'offre que l'on propose, il y a aussi l'idée d'appartenir à une équipe, une coopérative, afin de ne pas être seul. On s'est dit qu'il fallait élargir cette offre et mieux l'incarner. Cela passe par le partage physique d'un endroit. C'est le but de Canopia, avec l'idée d'aller plus loin et d'être un espace d'inspiration, un lieu de coopérations".

Sur les premiers flyers décrivant l'offre de Canopia, on pouvait lire dans un encart intitulé « Pour qui ? » : *Les entrepreneur.e.s mettant les pratiques coopératives, participatives et d'innovation sociale au cœur de leur fonctionnement. Et vous êtes nombreux à être engagés dans l'économie sociale et solidaire à Lyon.*



Le Tiers-Lieu Canopia

Un espace de travail partagé et collaboratif, pour favoriser les rencontres, les synergies et la créativité.



Pour qui ?

Des entrepreneur.e.s et porteur.euse.s de projets, prêt.e.s à échanger et partager leurs expériences.



L'offre

220 m² : des espaces nomades, des salles de réunion à géométrie variable, une salle de créativité, des animations... Plusieurs formules de prix.



Woopa

Un pôle coopératif au cœur du Carré de Soie, nouveau quartier de l'Est Lyonnais.

Informations : **Emmanuelle Jouas**
info@canopia.coop
www.canopia.coop

10 Avenue des Canuts,
69120 Vaulx-en-Velin

M A Métro Ligne A, arrêt "Vaulx en Velin - La soie"
T B Ligne Tramway T3, arrêt "Vaulx en Velin - La soie"
BUS Nombreuses lignes de bus (C8 - C15 etc.) ainsi le Rhônexpress.



Canopia est une SCIC SAS portée et développée par :

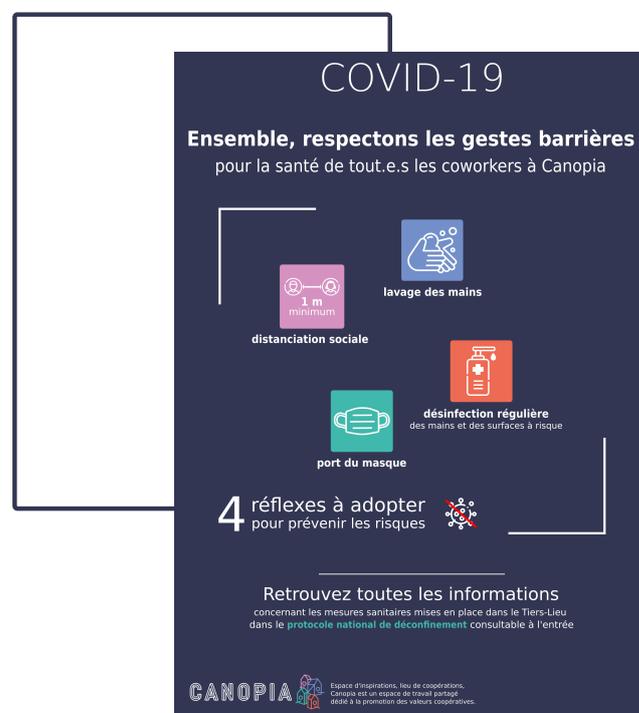


Le recto du flyer de présentation de l'offre de Canopia fait en 2019.

Sur cette identification d'un besoin et ce ciblage d'un public a été bâti le *business plan* de Canopia, qui visait notamment une majorité d'abonnements « nomades ». Hors, en février, force était de constater que les formules d'abonnement « salles » étaient en plus grand nombre mais sans pour autant permettre de réaliser les objectifs financiers prévus.

Après la crise du COVID19, qui s'est soldée par une fermeture forcée du Tiers-Lieu de mars à fin mai 2020 et l'arrêt de la programmation événementielle jusqu'en septembre, la situation financière de Canopia s'est trouvée sérieusement mise à mal.

Que ce soit à propos de la potentielle révision de la stratégie commerciale, ou bien pour assurer la continuité de l'activité du Tiers-Lieu en suivant les directives gouvernementales liées au COVID19, la communication était au cœur des solutions envisagées.



Le recto du flyer de présentation de l'offre de Canopia fait en 2019.

B Le rôle de chargée de communication

a. Apprendre à connaître la structure et ses acteurs

Au regard de la situation de Canopia, l'intervention d'une personne qualifiée dans le domaine de la communication était essentielle. D'une part pour des raisons évidentes de promotion du Tiers-Lieu dans son environnement économique et social, de l'autre pour décharger Emmanuelle, seule salariée de la société, de ces tâches qui s'ajoutaient à son travail de gestionnaire du Tiers-Lieu.

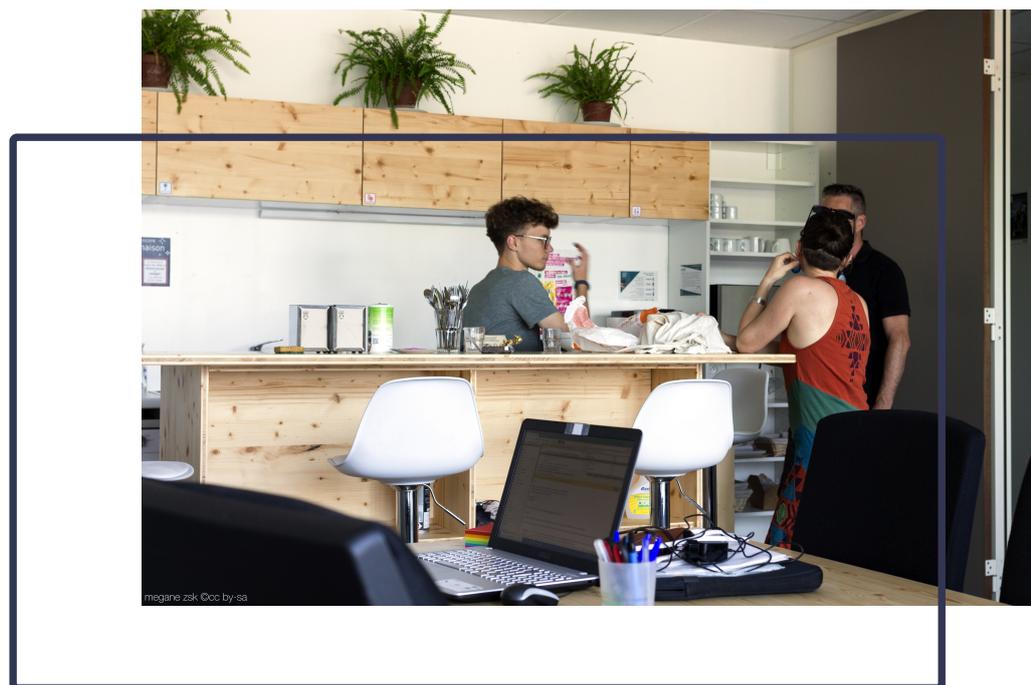
Développer la stratégie de communication de **Canopia, le Tiers-Lieu de l'entrepreneuriat coopératif**

Les trois premières semaines de mon stage furent une prise de contact avec Canopia. Au niveau de la communication j'ai découvert les supports existants, créés par Emmanuelle, la charte graphique conçue par l'agence Cités Plume, le site web créé avec Wordpress, et la première version d'un plan de communication. La fréquence restreinte de ma présence de février à mars, puis l'obligation de télétravailler jusqu'à la réouverture des lieux ont ralenti ma compréhension du public et des acteurs canopiens. Pour cerner la communauté qui partage ces espaces de travail que leur offre Canopia, les échanges par mail et les appels téléphoniques primèrent pendant ce temps d'éloignement.

Les nombreux cercles mis en relation par le biais de Canopia peuvent être rassemblés en quatre catégories, que j'ai apprise à connaître au fur et à mesure de mon intégration ; les fondateurs, les abonnés, les prestataires et les personnes de passage.

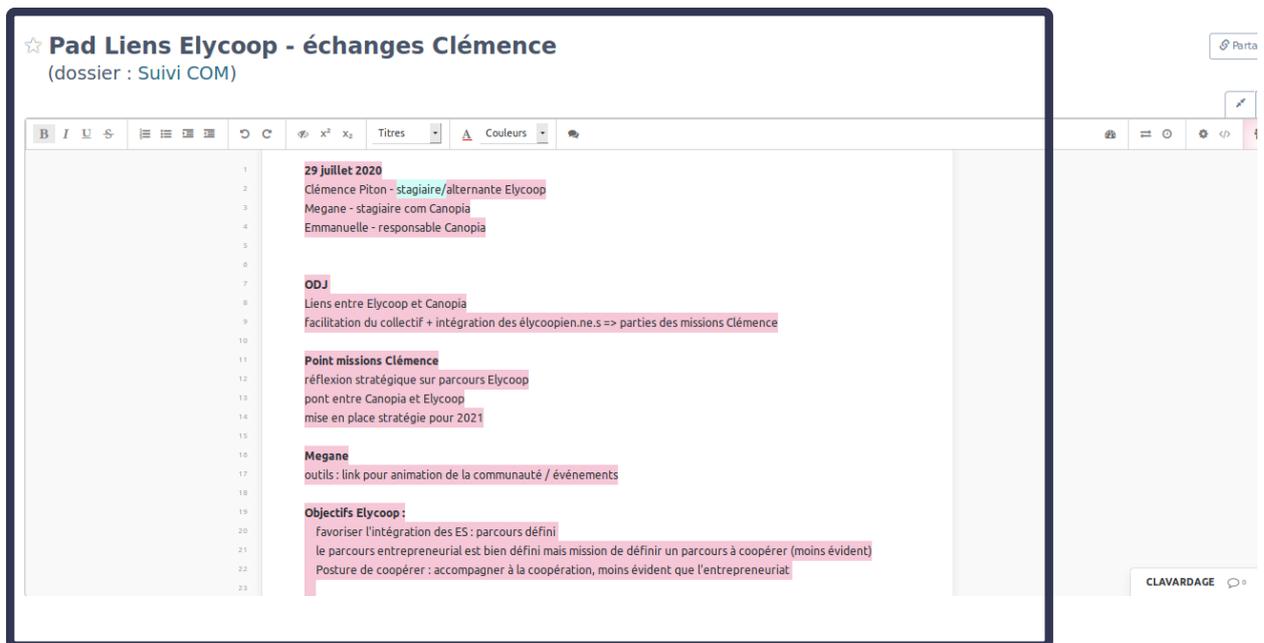
J'ai rapidement fait la connaissance des organisations sociétaires fondatrices de Canopia.

Outre les réunions COPIL, que j'ai continué de suivre par téléphone pendant le confinement, Emmanuelle m'a fait visiter les bureaux de l'URSCOP et présentée à toute l'équipe début mars. Par la suite, les occasions de dialoguer avec des salariés de l'Union Régionale des SCOP furent nombreuses, Canopia étant leur lieu de pause-café privilégié. Cet aspect-ci de la relation entre le Tiers-Lieu et les personnes travaillant à l'URSCOP était propice à l'exercice de la communication informelle. C'est également au travers de la fréquentation du bureau dédié à Alter'Incub, le programme d'incubation de l'Union Régionale des SCOP, qu'un bon nombre d'échanges constructifs pour mes missions se sont opérés.



Deux salariés de l'URSCOP et Emmanuelle dans la cuisine de l'espace convivial à Canopia.

Concernant Elycoop, les échanges avec le directeur général de la CAE en COPIL et quelques abonnés, croisés avant le confinement, m'ont donné un premier aperçu du fonctionnement et de l'identité de cette structure. Il fallut patienter jusqu'à l'été pour que les venues régulières de Clémence, chargée d'accueil et d'intégration, enrichisse ma connaissance d'Elycoop et ses entrepreneurs d'éléments plus précis.



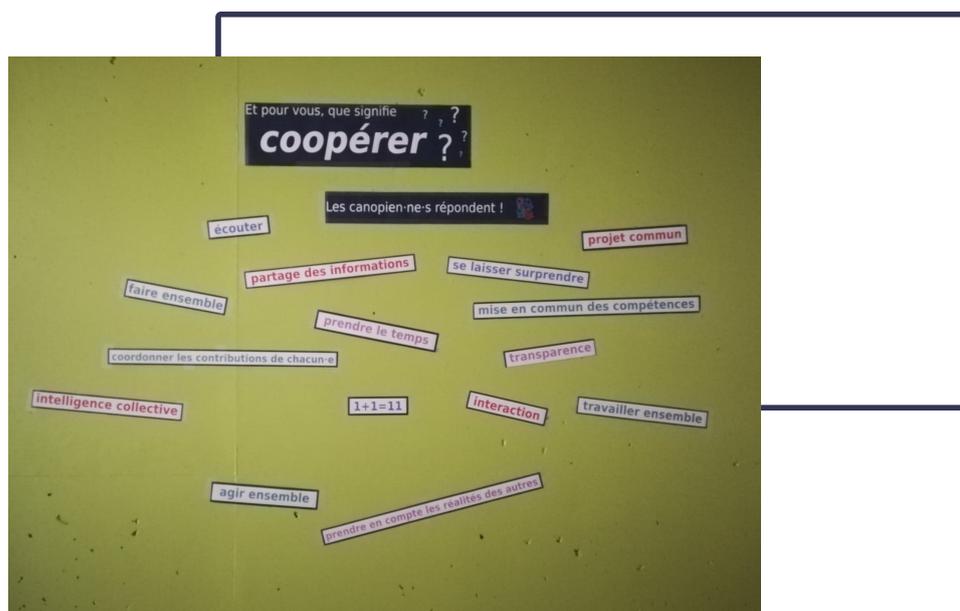
Le coeur de la communauté de Canopia est constitué de ses entrepreneurs abonnés ; savoir qui ils sont s'avérait incontournable pour la suite. Toute information collectée sur leurs secteurs professionnels, les raisons de leur abonnement à Canopia, avec quelle formules et pour quels besoins, mais également leurs intérêts personnels et leur quotidien respectifs, seraient la base de toute réflexion stratégique quant aux actions de communication déployées ensuite. La mise en forme et la rédaction d'articles portraits publiés sur le site web, écrits à partir de réponses à un formulaire de questions types interview, fut ma principale source d'informations sur les abonnés pendant toute la première période de mon stage. C'est lorsque Emmanuelle me donna accès à leur outil de réservation en ligne nommé *Link*, avec des profils pour chaque entrepreneur abonné, que j'en appris davantage.

Post-confinement, les abonnés revinrent timidement mais sûrement travailler dans le Tiers-Lieu, ce qui me donna maintes occasions d'échanger avec eux ou de participer à d'intéressantes conversations au quotidien.

Ma présence à l'accueil pour assister Emmanuelle dans la présentation de Canopia à diverses personnes de passage, prestataires ou futurs abonnés, a également contribué à la fois à mon intégration dans l'entreprise et à ma compréhension de son identité.

Développer la stratégie de communication de **Canopia, le Tiers-Lieu de l'entrepreneuriat coopératif**

Ces six derniers mois de stage m'ont ouvert la porte d'un monde dont les valeurs me parlaient d'emblée, dans un univers qui s'est avéré complexe à appréhender. Autant de personnes et d'organisations qui modèlent l'identité de Canopia, en faisant du Tiers-Lieu le point qui les relie en une communauté. J'ai constaté qu'il ne faut pas voir cette communauté comme un cercle, ou une bulle, mais plutôt comme un arbre aux multiples branchages avec le mouvement coopératif pour tronc. Greffée sur ce tronc, Canopia pourrait être alors représentée par ses quatre nichoirs, lieux d'accueil et de réunions pour permettre à des entrepreneurs de branches éparses de l'économie sociale et solidaire de se rencontrer. Facilitateur de coopérations, telle est la vocation de ce Tiers-Lieu. J'ai découvert petit à petit que la coopération prend des formes inattendues, en restant parfois en arrière-plan. Mes travaux de communication devaient être à l'image de Canopia ; leur cohérence mutuelle m'est donc apparue primordiale afin de soutenir, et consolider dans le temps, les liens tissés en tout sens dans cet espace riche d'échanges.



Un nuage de mots composés par les réponses des abonnés à une même question sur leur interprétation du terme "coopération". Affichage créé dans le Tiers-Lieu en juillet 2020.

b. Organiser son temps de travail, prioriser les missions

Avoir le sentiment de fournir un travail efficace participe à l'intégration d'un nouvel employé dans une organisation. Lorsque le rythme de mes missions à réaliser se mit à être plus soutenu, ma capacité d'organisation s'est révélée particulièrement utile. La collaboration avec Emmanuelle est devenu de plus en plus latérale au fur et à mesure que je devenais plus indépendante sur les travaux de communication. Pour gagner en autonomie, je me construisais des *rétro-planning* précis mais nécessairement flexibles.

Entreprise du secteur des services, lancée depuis peu, en difficulté financière, et accueillant une communauté vouée à s'agrandir, Canopia présente toutes les caractéristiques d'une structure où l'ordre des priorités peut rapidement changer lorsque l'on travaille sur sa communication. J'ai expérimenté cette réalité de façon concrète m'adaptant aux aléas du quotidien sur le court terme (recevoir la réponse d'un abonné à son interview, un feed-back sur une signalétique etc) mais également sur le long terme avec la période de confinement. Pendant toute cette période, les projets de communication se concentraient sur des tâches de fond (référencement web, conception de modèles de supports, plan de com) ou étaient prévisions pour une suite qui restait bien incertaine.

Garder le fil rouge de ma mission au cœur de mon travail tout en répondant aux besoins annexes, fut mon principal défi à relever pour me sentir une chargée de communication utile à Canopia.

Le moment où j'ai compris quelle était la nature de cette mission centrale marqua la fin de la période de découverte et d'intégration dans l'équipe de gestion du Tiers-Lieu.

Megane Zsombok

Stagiaire
chargée de com' depuis le
28/02/20

Je peux vous être utile en

- **communication**
- **logiciels libres**
- **photographie**

✉ communication@canopia.coop

licence pro

icom
INSTITUT
DE LA COMMUNICATION



organisée
sociable
motivée

j'ai aussi étudié à

école de CONDÉ
DESIGN & ARTS GRAPHIQUES / ÉTIENNE D'AT

Ma fiche d'identité présente sur le "mur de la communauté" dans le Tiers-Lieu aux côtés des celles des sociétaires et de Emmanuelle pendant mon stage

2. Constructions

Élaborer une stratégie de communication

a. Trouver un chemin vers les objectifs

Comment procéder pour que la communication d'une entreprise telle que Canopia favorise l'atteinte de ses objectifs commerciaux ?

Emmanuelle m'a amenée à réfléchir sur la construction d'un plan de communication en lien avec le plan d'action commercial dès les premières semaines de mon stage. En tâche de fond de mes missions quotidiennes, j'ai étudié attentivement ce document ; articulé à l'origine en cinq axes, je me suis concentrée sur les deux qui impliquaient principalement le développement d'actions de communication. Dénommés « Développer le sentiment d'appartenance au mouvement coopératif - effet réseau » et « Inscrire Canopia dans l'écosystème de l'entrepreneuriat et de l'ESS », ces deux axes stratégiques définis par Emmanuelle m'évoquaient des mouvements complémentaires et essentiels pour construire la base solide d'un plan de communication.

J'ai conservé la présentation du plan d'action commercial, choisie par ma maîtresse de stage, en tableur Libre Office Calc. Ce format est clair et simple à comprendre, il permet de noter tous les détails nécessaires au suivi de ce plan sur le long terme et se modifie très facilement.

Le plan détaillé que j'ai élaboré à partir de ce premier fichier est un document pilier, qui servira à Emmanuelle (ou toute personne assignée à la com dans le futur) de "feuille de route" pour réaliser les processus de toutes les actions de communication nécessaires à réitérer.

J'ai séparé ma version révisée du plan de com en deux tableurs, un pour chacun des deux axes stratégiques. L'élément central de chaque ligne d'un tableur est l'action de communication. Cette dernière est reliée à deux types de procédés par la lecture en colonnes; à gauche de l'action, la réflexion stratégique, et à droite les paramètres de diffusion. Les colonnes de la réflexion stratégique répondent aux questions suivantes :
- *quelle est la cible ? - quel message lui adressons-nous ? - pour quels besoins ?*
Les autres colonnes décrivent le procédé de diffusion d'une action de com ainsi :
- *sources d'information - formats - média - temporalités de diffusion*

Développer la stratégie de communication de Canopia, le Tiers-Lieu de l'entrepreneuriat coopératif

La compréhension acquise de l'entreprise, couplée aux démarches et supports de communication existants depuis l'ouverture du Tiers-Lieu m'ont donné des pistes de réflexion fiables pour développer une stratégie pertinente. Le principe même de Canopia, comme lieu d'échanges humains et de rencontres dans un cadre professionnel, a été un élément facilitant ce travail. J'ai remarqué concrètement certaines informations transmises par la communication informelle sont déterminantes pour cerner les besoins du public ciblé. Dans ma boîte à outils forgée par ma formation CoLibre, le SWOT a trouvé son utilité pour m'aider à synthétiser ma compréhension de la situation de Canopia.

- valeurs sociales et économiques dont la popularité augmente actuellement en France
- réseau de l'économie sociale et solidaire bien développé sur la métropole de Lyon et en région AuRA dont les sociétaires et partenaires de Canopia sont des acteurs majeurs
- localisation proche du centre économique de Lyon et très accessible avec tout type de transports
- prix bas par rapport aux concurrents directs
- petite communauté d'abonnés = ambiance plus "humaine", plus conviviale, favorise les échanges

Forces

Faiblesses

- difficultés financières
- stratégie de communication à développer
- l'entrepreneuriat dans l'Économie Sociale et Solidaire, malgré son vent en poupe, reste un mouvement en marge
- les recettes de l'entreprise dépendent d'un engagement financier et social ; les abonnés sont bien plus que des clients consommateurs. La volonté des gens est donc un paramètre à prendre en compte dans le développement de Canopia

- télétravail en augmentation avec la crise du COVID19
 - susciter l'intérêt des entrepreneurs indépendants en métropole lyonnaise hors ESS, mais proches de ses valeurs sociales et économiques
 - une personne chargée de communication avec les capacités techniques de la développer
- intégrer la mention du Tiers-Lieu (voire des visites) dans le programme d'accueil et d'intégration d'Elycoop
 - valoriser la présence des porteurs de projet chez Alter'Incub à Canopia, afin d'intéresser des aspirants entrepreneurs de l'innovation sociale

Opportunités

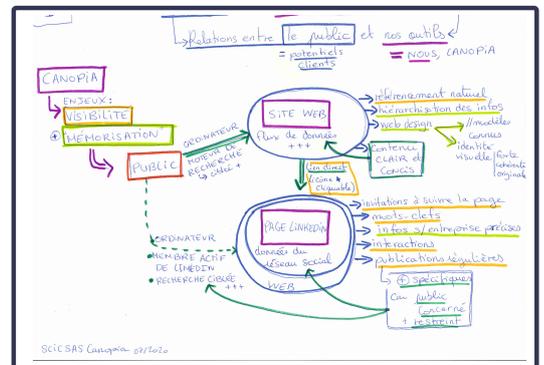
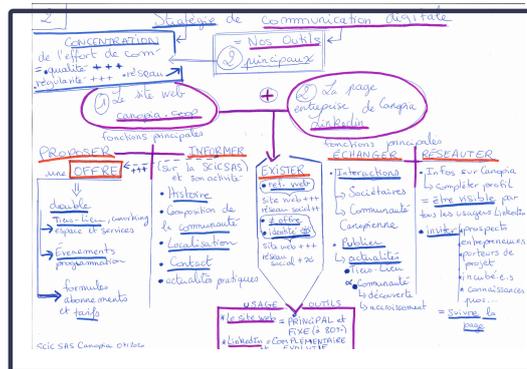
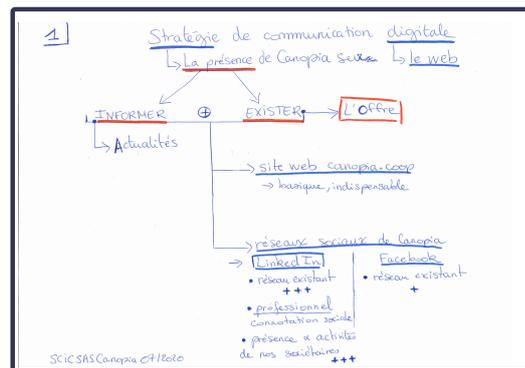
Risques

- baisse de fréquentation due au COVID19
- baisse des moyens de entrepreneurs suite à la crise du COVID19 qui entraînerait une baisse des abonnements
- "concurrence" avec les services et événements proposés par les sociétaires fondateurs (ex : bureau gratuit dispo dans les locaux d'Elycoop, thématiques des événements de l'URSCOP // animations Canopia...)
 - rester dans l'entre-soi de l'ESS

analyse SWOT de la situation de Canopia

au printemps 2020

Développer un plan de communication général pour Canopia m'a amenée à faire des propositions stratégiques plus particulières, sur un aspect donné, à Emmanuelle. Ainsi, j'ai construite et exposée une stratégie de communication digitale définissant le choix, les fonctions et les utilisations de nos outils numériques. De cette proposition a directement découlé le renouvellement du design et de la hiérarchisation des informations sur le site web de Canopia, mis en pratique en août.



Ci-dessus, les trois schémas appuyant ma proposition de stratégie de communication sur le web à Emmanuelle.

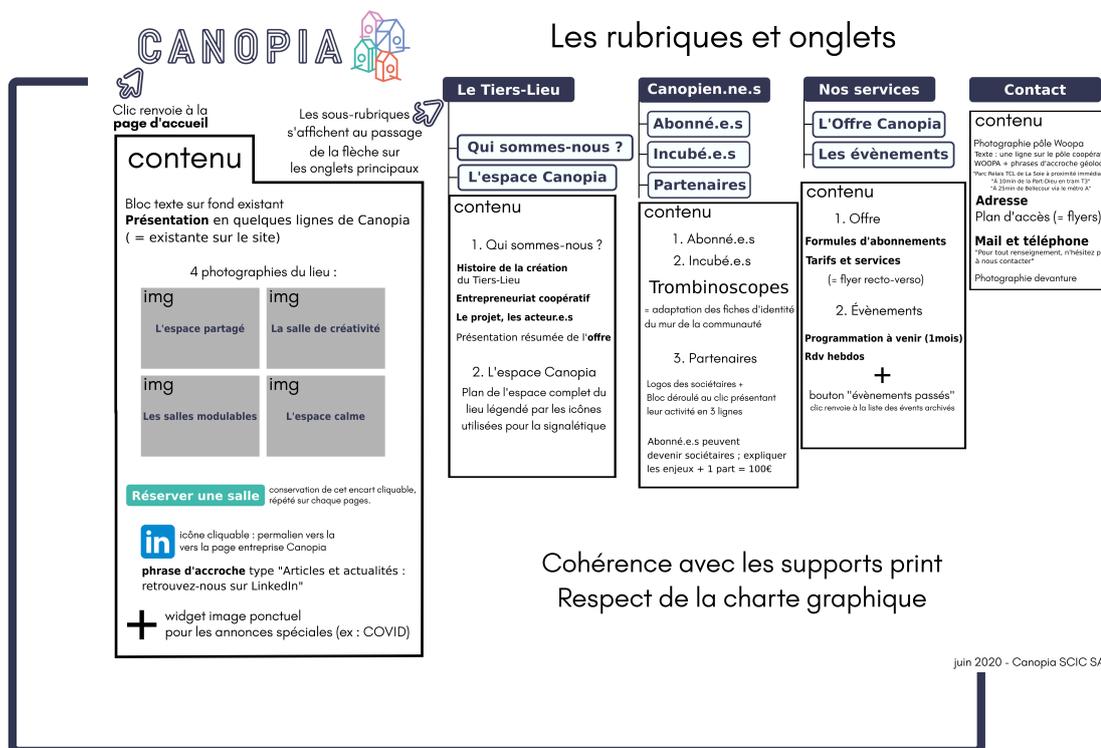
Six mois plongée dans l'univers d'une entreprise m'ont révélé mes manières de pratiquer le travail de chargée de communication. Ces schémas sont de fidèles illustrations du point de départ de chacune de mes réflexions stratégiques.

L'ordinateur est aujourd'hui omniprésent dans le monde du travail, a fortiori dans celui d'une communicante, c'est pourquoi cela me fait du bien de construire mes stratégies à la main, sur un support papier. Je tenterai de valoriser davantage cette façon d'exposer des réflexions à mes collaborateurs dans ma vie professionnelle.

Développer la stratégie de communication de Canopia, le Tiers-Lieu de l'entrepreneuriat coopératif

II. Structure du site web et contenu

Les rubriques et onglets



Cohérence avec les supports print
Respect de la charte graphique

La maquette de la refonte du site web de Canopia, créée en conséquence de la stratégie de com' digitale

À chaque réunion COPIL le sujet de la stratégie commerciale revenait, malmené par la crise du COVID19 au printemps, et fortement relié à mon rôle. Les échanges avec Jimmy et Meryem, les représentants de nos sociétaires fondateurs Elycoop et l'URSCOP, lors de ces temps de mise au point m'ont fait avancer vers une vision de plus en plus précise des chemins que le plan de communication devait tracer pour conduire Canopia plus près de ses objectifs commerciaux, mais aussi sociaux. Faire exister le Tiers-Lieu dans l'entrepreneuriat coopératif ne consiste pas seulement à faire augmenter le nombre des abonnés, mais aussi à développer son identité de manière cohérente et originale.

b. Révolution ou évolution ?

Une stratégie commerciale réussie passe par la différenciation de l'offre de son prestataire.

Nombre d'endroits dédiés au coworking fleurissent sur la métropole de Lyon, mais peu intègrent ce service dans l'espace d'un Tiers-Lieu comme Canopia. Réunir principalement des acteurs de l'entrepreneuriat coopératif ajoute une originalité supplémentaire à l'offre canopienne vis-à-vis de ses concurrents sur le marché. La communication de cette offre, tant au niveau des supports utilisés que des moyens de diffusion, était ébauchée avant mon arrivée ; des choix d'outils et des partis pris graphiques étaient faits.

Le traitement des travaux déjà effectués est une question qui me paraît importante lorsqu'une entreprise fait appel à un professionnel de la communication. Ma manière d'aborder le développement de la communication d'une organisation qui démarre son activité est plus évolutive que transformatrice. Les fruits de l'impulsion initiale de création d'une communication pour Canopia, une société à taille humaine avec de fortes valeurs, devait être respectée. La personnalité d'une entreprise ou d'un entrepreneur indépendant se ressent dans les supports de communication qu'il peut créer lui-même, avec les moyens à sa disposition et son intuition. Accompagner l'organisation vers une stratégie de communication plus précise, augmenter la lisibilité et la cohérence de ses supports print ou web, organiser son utilisation des réseaux sociaux, c'est en ces termes que je définis les tâches principales d'un professionnel de mon domaine. Conserver l'identité de l'entreprise en faisant le nécessaire pour qu'elle s'épanouisse et développer sa communication dans la continuité des actions précédemment réalisées est une approche constructive que j'ai adoptée pour deux motifs ; la pérennité et l'originalité. La différenciation de l'offre passe aussi par l'identité visuelle de la structure.



TARIFS
En vigueur au 01/01/2020

Espace de travail partagé

Tarifs HT	Abonnement	Sans abonnement
1 poste	À l'heure 20 € / mois + 3 € / heure	Illimité 230 € / mois / poste
Multi-postes *	18 € / mois / poste + 2,70 € / heure	207 € / mois / poste

* à partir de 2 postes contractuels sur la même entreprise.
Engagement d'un mois pour les abonnements

Salles de réunion

Abonnement salles HT : 100 € / an (soit entrée au capital de la SNC (1 part = 100 euros))

Tarifs HT	1 heure	4 heures	Journée entière
8 à 10 places	12,5 €	37,5 €	75 €
19 places	25 €	75 €	150 €
26 à 30 places	41,50 €	125 €	250 €

salle de créativité
8 places : 10 € / 30 €
2 places : 5 € / 15 €

Accès aux salles de réunion les soirs à partir de 19h00 et les week end avec un tarif "spécial membre CANOPIA"
Tarifs sans abonnement : 30 % de majoration

Domiciliation de siège social
25 € HT / mois pour abonné.e.s ou 30 € HT / mois non abonné.e.s
En cours d'agrément, disponible sous réserve d'application

Les services proposés

- Café, thé, infusion
- WiFi haut débit
- service reprographie
- Salles de réunion 10, 20, 30 places
- Salle de conférence de la Nef 150 places
- Événements réseau

Abonné.e.s Canopia

- Accès 24/24
- Casier fermé
- Membre de la communauté
- Tarifs réduits pour les événements

Le verso du flyer de l'Offre Canopia en janvier 2020

nos formules d'abonnement

solo Pour toute personne en recherche d'un poste de travail
20 € / mois + 3 € / heure ou en **illimité** : 230 € / mois

multi-postes À partir de deux personnes d'une même structure
18 € / mois + 2,70 € / heure ou en **illimité** : 207 € / mois / poste

en réunion Accès aux salles de réunion abonnement salles : 100 € / an des **salles modulables pour 2 à 50 personnes de 5 € / heure à 250 € la journée**

Retrouvez toutes nos tarifications sur notre site web **canopia.coop**

- casiers fermés pour nos abonné.e.s
- café, thé, infusion servez-vous !
- service de reprographie
- WiFi en haut débit

abonné.e.s Canopia
tarifs réduits pour les événements et accès 24/24h

Sans abonnement
nomade : 5 € / heure
accès aux salles de réunion à la demande

Nos tarifications sont indiquées HT.

L'accueil dans le Tiers-Lieu est conforme au protocole national de déconfinement pour les entreprises afin d'assurer la santé et la sécurité des salarié.e.s et usager.e.s.

#communauté en réseau #convivialité
#esprit coopératif
#collaboration #espaces équipés
#animations #accessibilité
#entrepreneurial

STOP COVID

Le verso de l'un des flyers de l'Offre Canopia que j'ai créé pendant mon stage.

Ainsi, le support principal de diffusion de l'offre est resté un flyer, le compte Twitter de Canopia qui n'avait jamais servi a été supprimé de la stratégie de com digitale au profit de LinkedIn, d'ores et déjà utilisé avec un large réseau, les fiches d'identité sur le mur à l'accueil ont conservé leur type de contenu, les articles sur le site web ont gardé le même ton, l'écriture inclusive est restée la norme... tant de détails qui pourraient trouver leurs contre-arguments du point de vue purement technique, mais qui reflètent la personnalité du Tiers-Lieu. Le travail de développement de la communication, selon mon point de vue, consiste à mettre en valeur cette identité avec le savoir-faire technique, la créativité et la souplesse nécessaires pour ancrer la société dans le marché qu'elle vise.

B De la réflexion aux créations

a. Mouvements intérieurs et ouverture vers l'extérieur

Le 9 juillet 2020, j'ai présenté le résultat de plusieurs semaines de travail sur l'élaboration de la stratégie de communication de Canopia en lien avec le plan d'action commercial. La présentation en fichier tableur convenait bien au travail avec Emmanuelle, mais aurait été totalement indigeste et trop longue à expliquer dans une réunion de Conseil Coopératif. Pour exposer mon plan de communication à des interlocuteurs externes au quotidien de la gestion du Tiers-Lieu, j'ai dû le synthétiser en un diaporama.



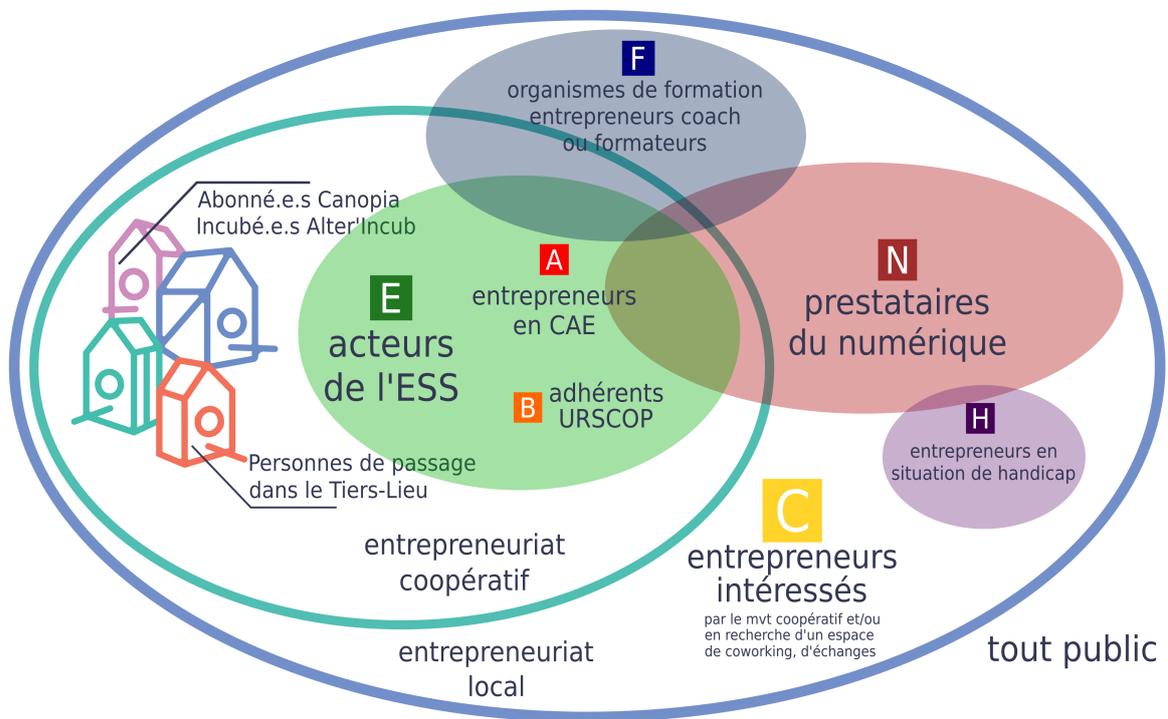
La couverture de mon diaporama de présentation

Le point de départ est l'identité dont je parlais précédemment ; qui est Canopia ?
Que propose ce Tiers-Lieu ? Où se situe-t-il ?
De ces éléments découle l'offre complète.

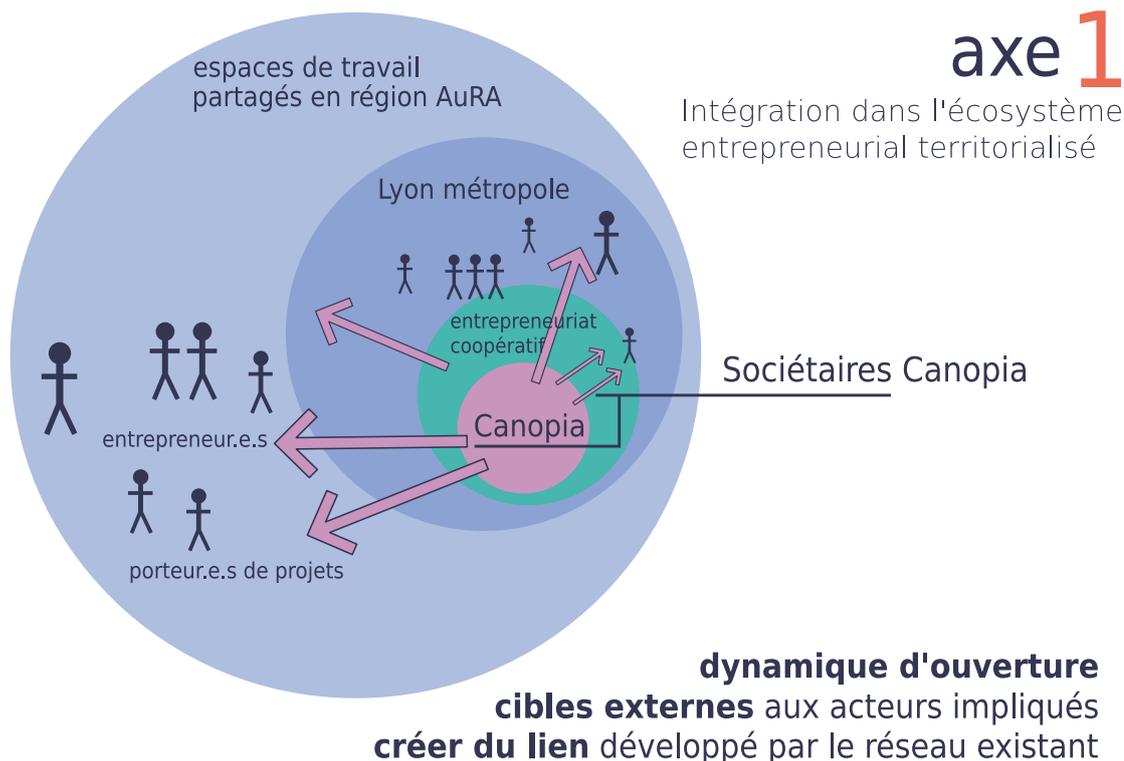


La question suivante est relative aux cibles. À qui s'adresse cette offre ?
Il y eût un gros travail de redéfinition des cibles ; la version finale a abouti grâce au retour de Jimmy à ce sujet pendant lors de ma présentation en réunion.
Pour redéfinir les cibles de Canopia, nous sommes partis du profil de nos abonnés ; quels sont les secteurs d'activités majoritairement représentés ?
Qui sont nos nouveaux sociétaires ? Cette dernière question est importante car elle nous permet de présumer des types d'entrepreneurs qui seraient potentiellement prêt à s'impliquer dans la vie du Tiers-Lieu, au-delà de la simple consommation de salles et de postes de travail. Attirer plus de personnes telles quelles permettrait de réduire la faiblesse que cette dépendance de la volonté humaine induit dans la position de Canopia. (voir SWOT p.19)
Le ciblage de cette nouvelle stratégique se découpe en quatre catégories (voir page suivante), qui seront donc privilégiées dans la diffusion de l'offre canopienne.

Nos cibles et prospects

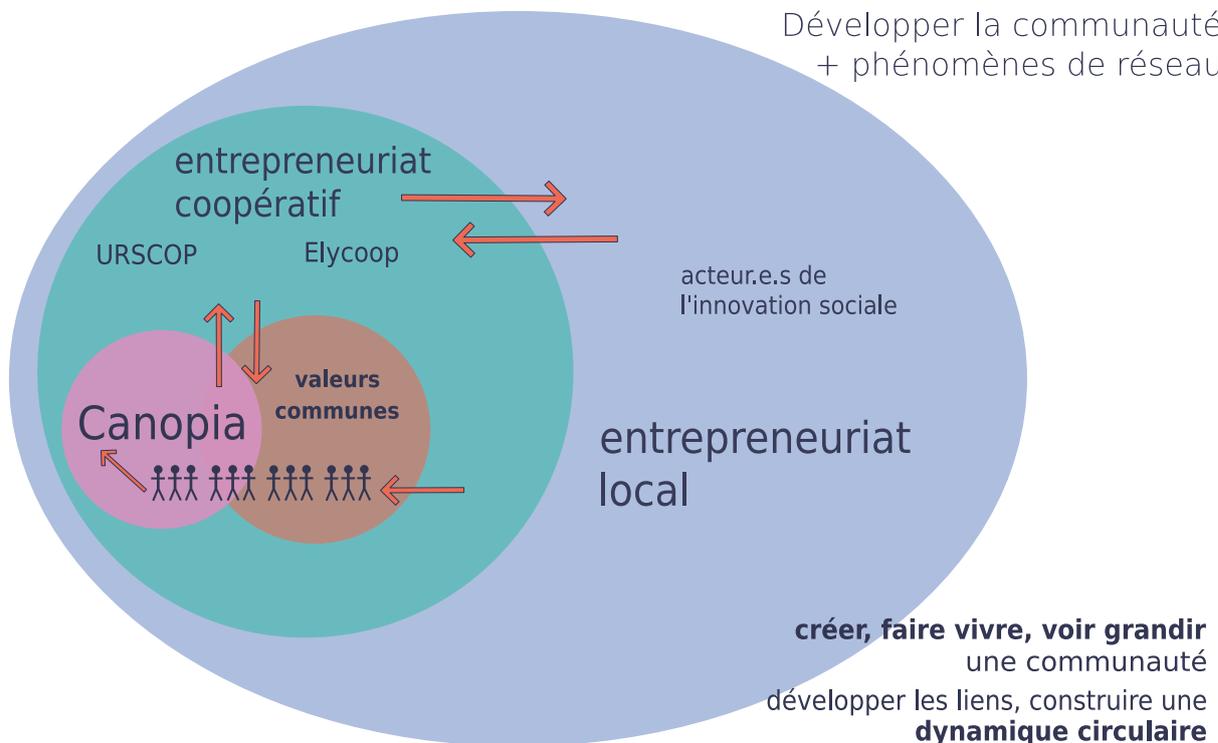


Les deux axes du plan de communication final sont conçus pour entretenir deux mouvements de circulation des supports de com et des informations. L'un en cercles depuis l'intérieur (2) et l'autre en expansion directe vers l'extérieur (1).



axe 2

Développer la communauté
+ phénomènes de réseau



Les deux diapos suivantes résument le contenu des deux tableurs du plan de communication, en listant les actions principales établies.

axe 1 **Actions de communication**

- interactions avec les réseaux de l'entrepreneuriat en métropole lyonnaise
mailing + réseaux sociaux
- Canopia met en lien les porteurs de projets en innovation sociale (Alter'Incub)
publications web + affichages + évènements
- diffusion de l'Offre Canopia mailing + supports print
- restructuration du site web canopia.coop
référencement + strat de com + design

axe 2 **Actions de communication**

- posts hebdomadaires sur LinkedIn et invitations à suivre la page Canopia
- "fiches d'identité" des abonné.e.s et sociétaires sur le mur de la communauté dans le Tiers-Lieu
- publication d'articles portraits abonné.e.s dans la rubrique dédiée à la communauté sur le site web
- inscription des adhérents sur l'outil LINK
plateforme de réservation des espaces + mise en lien sociale

Développer la stratégie de communication de Canopia, le Tiers-Lieu de l'entrepreneuriat coopératif

La programmation événementielle, point de liaison de ces deux dynamiques, a été redéfinie quelques semaines après cette réunion. Les abonnés de Canopia pourront prendre possession de ces temps d'animations sociales, occasions de réseautage, pour faire du Tiers-Lieu leur scène commerciale tout en partageant leurs savoir-faire avec la communauté.



Partageons nos méthodes inspirantes à Canopia !

Des **ateliers** sérieux sans se prendre au sérieux, pour **réseauter** et repartir avec des **outils concrets** pour booster son quotidien !

Canopia offre aux entrepreneur-e-s de sa communauté l'opportunité d'animer ces temps d'échanges, à la fois scènes commerciales pour votre activité et occasions de partager des savoir-faire inspirants pour vos pair-e-s.



ateliers découverte
de méthodes inspirantes
pour booster la coopération



QUAND les mardis
de 13h à 14h30

OÙ dans une de nos salles de réunion,
mise à dispo gratuitement pour l'occasion !

- 1** J'ai souscrit à un **abonnement à Canopia**
- 2** Je prends contact par mail ou téléphone pour organiser mon atelier !

info@canopia.coop ou **04 82 90 79 50**

Un support que j'ai créé en août 2020 pour annoncer aux abonnés de Canopia l'arrivée d'un nouveau cycle d'animations, conçu par Emmanuelle (et une abonnée entrepreneure chez Elycoop) suite à la révision de la stratégie de communication.

Pour finir, j'ai mis en parallèle les services proposés par Canopia avec les besoins de nos publics ciblés (ci-contre). Bien que la corrélation entre les deux se confirme, nous pouvons constater que le mot « coopération » n'apparaît pas. Nous pouvons en déduire que proposer des services partant des besoins concrets des entrepreneurs en coopératives (ou non) plutôt qu'un concept ou un esprit est la position la plus pertinente à adopter. La coopération naîtra d'elle-même dans un Tiers-Lieu qui suscite l'intérêt des entreprises en coopératives, ou seulement avec un état d'esprit prompt aux échanges.

Les services et les besoins

offres	besoins
espaces de travail	indépendance échanges
favoriser partage	espace de travail dédié
diversité animations	réseau visibilité
visibilité	résolution de pbmatiques entrepreneuriales
promouvoir innovation	information collaboration
entrepreneuriat	scène commerciale
activités	accessibilité
liens proximité	
valeurs communes	

b. Adaptation des supports et convergence des actions

Après la planification stratégique vient sa mise en application. Dans le plan de com, une action est déclinée pour s'adresser à plusieurs cibles ; le message doit être adapté selon les besoins de chacune. Ce travail d'adaptation des supports de communication concerne une majorité des productions et peut également être lié à l'actualité politique ; ajouter la mention du respect des règles imposées quant à la crise du COVID19 est devenu incontournable après le déconfinement. Faire preuve de créativité rédactionnelle pour toucher chaque public visé de manière efficace, et insérer ce contenu dans les modèles des supports (comme un flyer de l'offre et des tarifs par exemple) a pris une grande partie de mon temps de travail cet été à Canopia.

Développer la stratégie de communication de Canopia, le Tiers-Lieu de l'entrepreneuriat coopératif



formateurs · formatrices · coach
vous recherchez un lieu pour organiser des temps collectifs, ou séances d'accompagnement ?

un espace de travail pour une communauté d'entrepreneurs et de porteurs de projet avec des bureaux, des salles de réunion équipées, une salle de créativité et une cuisine

des événements une programmation d'événements inspirants et d'ateliers, organisés en coopération avec nos partenaires et entrepreneurs de la communauté

des temps d'échanges co-lunch, petits dej, réseau, soirées thématiques des rendez-vous hebdomadaires conviviaux à Canopia pour partager ses expériences entre entrepreneurs



10 avenue des Canuts
rdc du pôle coopératif Woopa
69120 Vaulx-en-Velin

Pour tous renseignements n'hésitez pas à nous contacter au **04 82 90 79 50** ou nous écrire à **info@canopia.coop**

Toutes les informations et actualités sur **www.canopia.coop**



Le handicap ne doit pas être un frein à la volonté d'entreprendre

Notre espace de travail partagé est adapté pour vous accueillir

un espace de travail pour une communauté d'entrepreneurs et de porteurs de projet avec des bureaux, des salles de réunion équipées, une salle de créativité et une cuisine

des événements une programmation d'événements inspirants et d'ateliers, organisés en coopération avec nos partenaires et entrepreneurs de la communauté

des temps d'échanges co-lunch, petits dej, réseau, soirées thématiques des rendez-vous hebdomadaires conviviaux à Canopia pour partager ses expériences entre entrepreneurs



10 avenue des Canuts
rdc du pôle coopératif Woopa
69120 Vaulx-en-Velin

Pour tous renseignements n'hésitez pas à nous contacter au **04 82 90 79 50** ou nous écrire à **info@canopia.coop**

Toutes les informations et actualités sur **www.canopia.coop**



nos formules d'abonnement

solo Pour toute personne en recherche d'un poste de travail
20 € / mois + 3 € / heure ou en **limite** : 230 € / mois

multi-postes À partir de deux personnes d'une même structure
18 € / mois + 2,70 € / heure ou en **limite** : 207 € / mois / poste

en réunion Accès aux salles de réunion
abonnement salles : 100 € / an
des **salles modulables** pour 2 à 50 personnes
de 5 € / heure à 250 € la journée

Retrouvez toutes nos tarifications sur notre site web **canopia.coop**



nos formules d'abonnement

solo Pour toute personne en recherche d'un poste de travail
20 € / mois + 3 € / heure ou en **limite** : 230 € / mois

multi-postes À partir de deux personnes d'une même structure
18 € / mois + 2,70 € / heure ou en **limite** : 207 € / mois / poste

en réunion Accès aux salles de réunion
abonnement salles : 100 € / an
des **salles modulables** pour 2 à 50 personnes
de 5 € / heure à 250 € la journée

Retrouvez toutes nos tarifications sur notre site web **canopia.coop**



Un exemple d'adaptation du flyer de l'Offre de Canopia selon le type de public qui le recevra. Dans ce cas précis, c'est la phrase d'accroche et le nuage de mots qui sont modifiés en fonction de la cible visée.

Cet exercice d'adaptation met en pratique la stratégie de manière concrète, il doit donc être soigné et réfléchi. De plus, comme expliqué précédemment, la stratégie peut subir des évolutions et des changements parfois brusques au cours de la vie de l'entreprise. Ces changements peuvent aller de la redéfinition des cibles à un nouveau rythme de programmation d'animations en passant par une modification des tarifs. En tout cas, ils auront des conséquences directes sur le contenu proposé dans les supports de communication (contenu du site web ou des flyers, messages dans la Newsletter, aspect du programme mensuel etc). La maîtrise des outils utilisés pour concevoir et éditer les supports facilite grandement ce travail, qui peut sinon s'avérer chronophage ou même bloquant. Élaborer une stratégie de communication lors d'un stage sans prévoir de donner aux personnes qui la perpétueront les clefs pour la faire évoluer serait contre-productif.

3. Transmissions

Travailler en collaboration

a. Un climat d'échange favorable à des constructions pérennes

Si la coopération est souhaitée et favorisée entre les entrepreneurs et les porteurs de projet qui fréquentent le Tiers-Lieu, elle s'opère également entre les membres de l'équipe de gestion. Les discussions informelles autant que les réunions hebdomadaires avec Emmanuelle m'ont permis d'avancer plus efficacement dans mon travail. Cet esprit de collaboration latérale fut un vrai facilitateur du développement d'une stratégie de communication efficace et à vocation durable.

Mener jusqu'au bout un tel travail, compte tenu de la limite de temps, de la situation créée par le confinement au printemps et des problèmes financiers de l'entreprise, n'aurait sans doute pas été possible pour une stagiaire sous la direction d'une personne moins transparente et coopérative que ma maître de stage.

Avoir une copie des documents de communication antérieurs à mon arrivée, assister à toutes les réunions avec les sociétaires, participer à l'accueil des visiteurs et des abonnés dans le Tiers-Lieu, avoir l'accès à l'ensemble des pads concernant Canopia... Tout cela m'a donné un avantage considérable sur ma condition de stagiaire étudiante et m'a aidé à prendre en main la situation pour remplir ma mission.

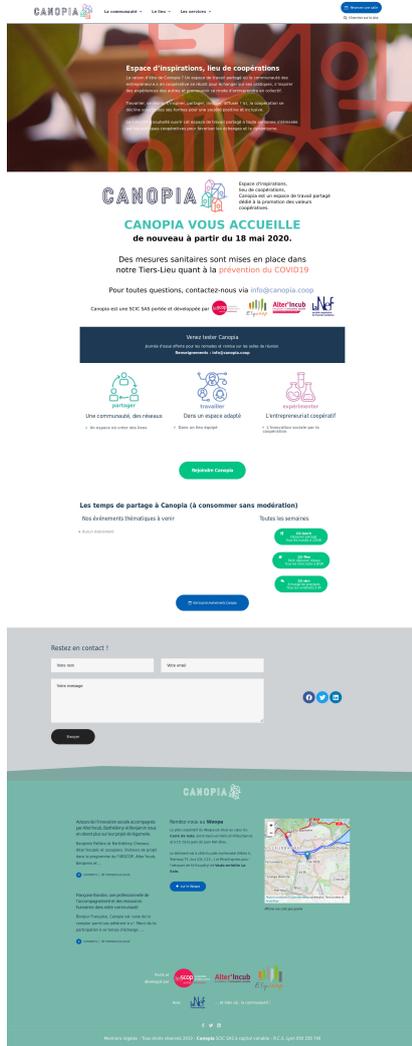
De son côté, Emmanuelle disait souvent avoir besoin d'une personne qui lui apporte un « effet miroir » pour travailler en binôme. J'ai pu en effet constater qu'une synergie entre les tâches de gestion du lieu et de communication est nécessaire au bon fonctionnement de Canopia.

b. Les logiciels libres, piliers du travail collaboratif

La licence professionnelle CoLibre nous forme, entre autres, à utiliser et promouvoir les logiciels libres en tant que communicants. Le Tiers-Lieu Canopia quant à lui, se veut promoteur du travail coopératif ; c'est pourquoi les logiciels libres trouvent naturellement leur place dans les ordinateurs de l'équipe gérante. Utilisatrice convaincue des outils Framasoft et adhérente au mouvement du Libre, Emmanuelle fut d'emblée disposée à intégrer de nouveaux logiciels libres au niveau de la communication, en plus de la gestion de projet. La gratuité de ces services, comme Wordpress pour le site web par exemple, est bien entendu un argument de poids en faveur de leur adoption par une petite structure en coopérative comme Canopia.

Développer la stratégie de communication de Canopia, le Tiers-Lieu de l'entrepreneuriat coopératif

Les logiciels, dont une majorité de libres, déjà usités par Emmanuelle (Canva, Wordpress, « Framatrucs », Libre Office) avant mon stage furent aussi un élément révélateur de l'identité et du fonctionnement de l'entreprise dans laquelle j'arrivais.



Une capture d'écran de la page d'accueil du site web de Canopia avant mon travail de refonte.



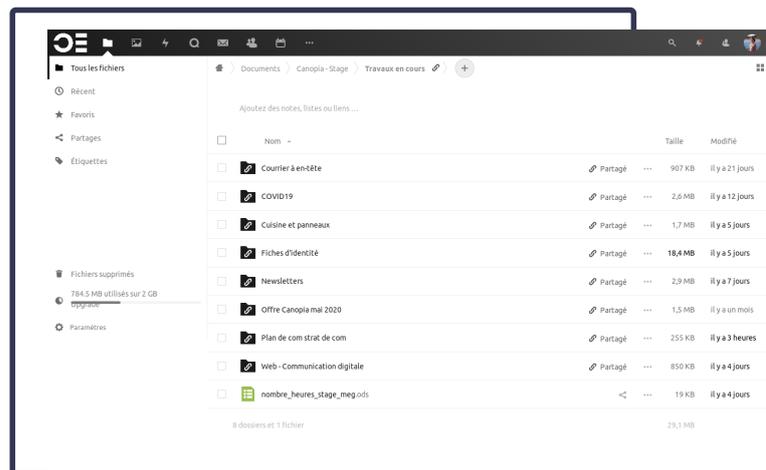
Espace d'inspirations, lieu de coopérations
Canopia est un espace de travail partagé dédié à la promotion des valeurs coopératives.

Les bons réflexes au bénéfice de tout.e.s !

- Eteindre les lumières en partant
- Eteindre ou débrancher les multiprises ainsi que tous les appareils
- Veiller à laisser l'endroit propre (lave vaisselle à disposition dans l'espace convivial)
- Ranger la salle (tables et chaises, paper board...)

Ces petits gestes plein de bon sens pour que les suivant.e.s puissent s'installer rapidement !

Une pancarte dans le Tiers-Lieu réalisée avec Canva (avant mars 2020)..



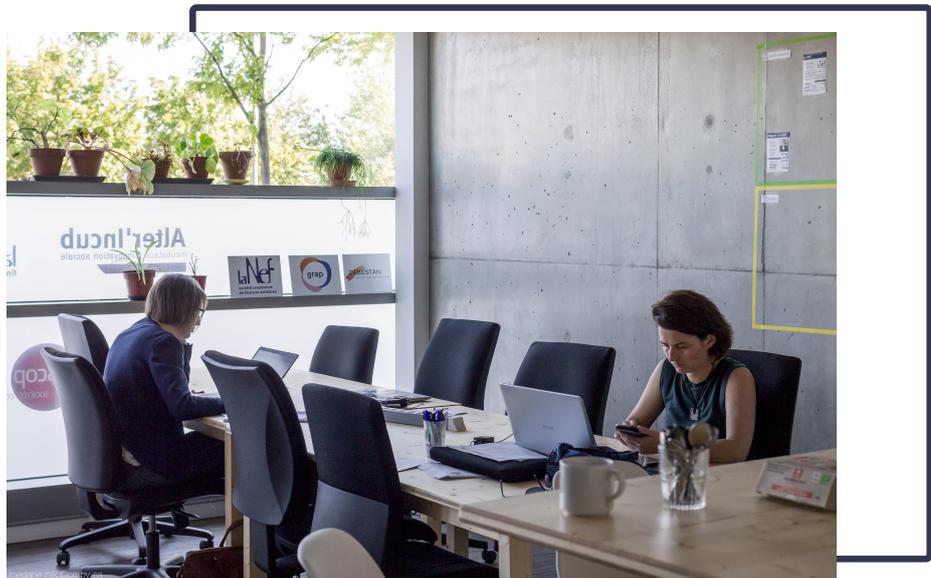
Les dossiers dédiés à mes productions pour Canopia sur mon NextCloud.

L'implantation de certains logiciels libres, utiles au travail collaboratif, au niveau de la communication interne fut très pratique pour me permettre de continuer mon stage en télétravail pendant le confinement dans les meilleures conditions possibles. Pendant cette période, les framapads nous permettaient de partager de manière asynchrone des pensées et réflexions pour la suite, des retours sur mes productions ou encore de simples questions. Parmi ceux que j'ai introduit, NextCloud fut sans doute le plus utile pour nos échanges autour de mes missions. Je me suis d'ailleurs servi de cette instance en ligne pour partager des documents à d'autres personnes en dehors de notre binôme ; j'ai transmis à Jimmy, directeur général d'Elycoop, mon diaporama de présentation de la stratégie de communication de Canopia à sa demande. J'ai également envoyé à Clémence, stagiaire chargée d'accueil et d'intégration des elycoopiens, mon plan de communication en tableur afin de préparer une réunion sur le sujet.

c. Gestionnaire, entrepreneurs et stagiaire dans une même sphère

Travailler dans un Tiers-Lieu inclut une subtilité intéressante pour mon travail. Installés dans l'espace de coworking, les entrepreneurs abonnés et l'équipe employée à Canopia sont « au même niveau » ; celui d'un groupe de travailleurs dans un espace dédié. Je me suis ainsi trouvée à bénéficier de cette ambiance propice à l'échange et à la transmission de savoir-faire, qui caractérise la proposition commerciale du Tiers-Lieu.

Cette position m'a amenée à collaborer avec plusieurs entrepreneurs qui avaient besoin d'aide pour faire avancer le développement de leur communication, à divers degrés. J'ai participé à un *brainstorming* pour aider une porteuse de projet "incubée" chez Alter'Incub à trouver un nom pour sa future entreprise, j'ai créé un programme en php et javascript (avec une aide personnelle) pour une employée de l'URSCOP, j'ai donné des conseils à deux entrepreneurs sur la création de leur carte de visite, j'ai également fait plusieurs *feedbacks* à une entrepreneure abonnée sur la composition graphique de ses supports de communication... et plus encore.



Laureline, entrepreneure abonnée à Canopia, et Emmanuelle dans l'espace convivial où j'avais l'habitude de travailler également.

Ces collaborations entre une chargée de communication et les personnes à qui s'adressent ses productions sont nourricières pour leur pertinence. À cet apport, s'ajoutent la montée en compétence par l'exercice et le développement de mon réseau professionnel.

Il est rare dans une organisation qu'une personne du secteur de la communication puisse se trouver naturellement à la place exacte d'un client !

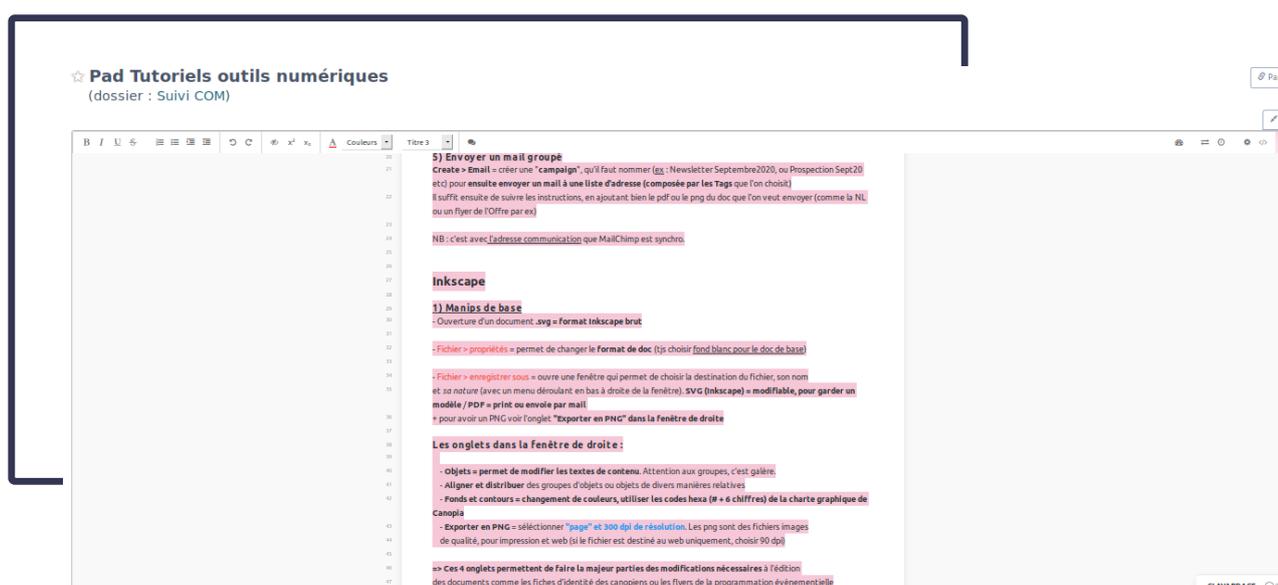
Cette position facilite la prise de recul et la définition des besoins de ce dernier.

B Perspectives d'avenir

a. Penser à "l'après" : une communication en roue libre ?

La perspective d'être embauchée à Canopia par la suite a été écartée de mes desseins futurs compte tenu de son budget serré et de sa situation financière difficile. Emmanuelle m'a appris que personne ne reprendrait mon poste en charge de la communication à mon départ. De ce fait, j'ai anticipé la viabilité de ma stratégie bien avant la fin de ma période de stage, en préparant le nécessaire pour transmettre à Emmanuelle les clefs de toutes les manipulations techniques à réitérer pour que le plan de communication puisse être suivi sur le long terme. Cette préparation est d'abord passée par la collaboration, en partageant avec ma maîtresse de stage les rouages de la conception de mes productions. J'ai fait en sorte qu'elle découvre les tenants et les aboutissants de mes travaux au rythme où je les réalisais : pourquoi, comment, avec quels outils...etc. Il est plus aisé d'appliquer des modèles lorsqu'on a participé à leur construction et qu'il nous est possible de les comprendre dans leur ensemble, même si ce n'est pas notre cœur de métier.

L'apprentissage des manipulations nécessaires pour perpétuer l'utilité de mes travaux a fait l'objet de plusieurs tutoriels, écrits sur un pad dédié, et d'une session de travaux pratiques en accompagnement puis en autonomie. Éditer des fichiers .svg avec Inkscape, créer des mailing lists et des newsletters sur Mailchimp, éditer du contenu sur le site Wordpress, et paramétrer l'imprimante selon ses besoins, sont les principales actions que j'ai apprises à Emmanuelle au cours de ces sessions tutorielles.



Un extrait du pad des tutoriels destinés aux prochains responsables de la communication à Canopia.

b. Des outils libres pour une gestion de la communication plus accessible

Grâce à la liberté d'exécution de son programme, le logiciel libre permet de rendre la gestion de la communication plus accessible à une personne externe au projet. Les outils libres permettent une transmission beaucoup plus efficace et simple de l'édition basique des supports de communication existants. Au-delà de la corrélation entre les valeurs socio-économiques du Libre et celles de l'entrepreneuriat coopératif, les logiciels libres se sont révélés indispensables à la pérennité de toute la stratégie que mon passage en stage à Canopia a fait naître. Expérimenter une raison utile, pas seulement éthique, à la promotion des logiciels libres dans le monde professionnel me donne un argument de poids en leur faveur, car me semble plus objectif.

Le rôle de chargée de communication à Canopia, dans la cadre de mon stage de fin d'études, m'a donné l'opportunité d'affirmer et de confirmer mes compétences acquises pendant la formation CoLibre.

En apprenant à connaître mon entreprise d'accueil je me suis intégrée au monde dans lequel elle évolue. De ce fait, j'ai pu cerner efficacement ses besoins et m'organiser pour leur apporter des réponses. J'ai mis en pratique un large éventail de savoir-faire en communication, comme en gestion de projet, pour participer à la construction de la stratégie de communication de Canopia ainsi qu'à la création d'une grande diversité de supports.

De plus, l'utilisation des logiciels libres pour l'ensemble de mes productions m'a permis d'assurer la pérennité de cette stratégie dans les temps qui suivront mon départ. Ma conception de tutoriels pour apprendre à Emmanuelle des manipulations sur les logiciels libres a découlé de ses besoins. Cette manière d'aborder la promotion des outils libres pour les professionnels est peut-être une solution pour sortir de la logique de l'entre-soi, souvent reprochée aux adeptes du libre.

Le travail réalisé pendant ce stage fait écho en tout point à l'intitulé de la licence professionnelle de conduite de projet en communication spécialisée dans l'utilisation des logiciels libres, que ce mémoire conclut.

▶ Bibliographie

Hamon Caroline

Enquête sur la diversité des espaces du réseau Coworking Grand Lyon
Dans les coulisses du coworking indépendant
Quel business model ? Quel mode de gestion ?
février 2020

Région Nouvelle-Aquitaine (dir.)

Rapport tiers-lieux à l'usage des collectivités
Comment favoriser le développement des Tiers-Lieux dans vos territoires ?
2018

Union Régionale des SCOP en AuRA (dir.)

Communiqué de presse
Le monde d'après ?
mai 2020

Union Régionale des SCOP en Poitou-Charentes (dir.)

Coopérer et participer : quand les SCOP partagent leurs pratiques
Nouvelle Imprimerie Laballery
Niort, 2018

Sitographie ◀

<http://www.alterincub.coop>

<https://www.elycoop.fr/cooperer/canopia/>

<http://www.lelabo-ess.org>

<https://jecreedansmaregion.fr/actualites/canopia-un-tiers-lieu-cooperatif-bientot-en-action-1919>

<http://www.les-scop.coop>

Remerciements

J'adresse mes remerciements

à Vincent Mabillot, directeur pédagogique de la licence CoLibre, et à Sophie Morin, mon enseignante référente de stage, pour leur accompagnement bienveillant et leurs bons conseils prodigués tout au long de cette année de formation. Je remercie dans le même temps toute l'équipe pédagogique intervenant dans le parcours de la licence professionnelle CoLibre de l'ICOM à l'Université Lyon II.

Je tiens à remercier Emmanuelle Jouas, présidente de la SCIC Canopia, pour m'avoir confié le poste de chargée de communication pendant un stage qui se résume en six mois riches de découverte, d'expérience, d'échanges et d'acquisition de compétences professionnelles précieuses.

J'ajoute à cela dix-sept mercis plein d'amitié à mes collègues de la promotion 2020 de la licence CoLibre : Anaïg, Anaïs, Clémentine, Éloane, Fanny, Juliette, Laura, Laurine, Lise, Marina, Maximilien, Morgane, Pauline, Sébastien, Sourour, Victor et Ulysse.

Je remercie mes proches pour leur soutien, leur présence et leurs attentions.
