

Recommandations SIP 2020 – Être une coopérative : pour qui et avec qui ?

Document de travail au 21/04/2020

Rédaction : Mathilde Elie (mathilde.elie@latitude-creative.fr), Tony Curien (tony@cervelledecanut.com) & Mayliss François (may@smart.coop)

Sommaire

Introduction	3
1 — Smart renforce son rôle politique.	4
2 — Smart coopère à l'échelle du territoire.	5
3 — Smart comprend mieux qui sont ses membres.	6
3.1 — Faire un suivi des chiffres et des usages	6
3.2 — Établir une typologie de coopérateurs	6
3.3 — Définir comment on s'adresse à chaque "communauté"	6
4 — Smart s'inscrit dans une histoire et une évolution.	8
5 — Smart soigne l'accueil des nouveaux membres.	9
5.1 — Ouverture	9
5.2 — Un parcours d'accueil	9
6 — Smart protège les coopérateurs.	11
6.1 — Protéger des erreurs juridiques	11
6.2 — Protéger de la précarité	11
6.3 — Protéger de la prédation	12
7 — Smart favorise les coopérations internes.	13
7.1 — Des rencontres liées aux activités	13
7.2 — Co-développement	13
7.3 — Métiers et compétences	14
7.4 — Des Créations collectives (spectacles, formations, événements)	14
7.5 — Un Système d'échanges local	14
8 — Smart propose de vivre des choses ensemble au-delà d'activités	16
8.1 — Un programme de rencontres hors activité professionnelle	17
8.2 — Un budget local par bureau	18
9 — Smart soigne la communication interne.	19
10 — Smart soigne la communication externe.	20
11 — Smart poursuit les démarches comme Smart In Progress.	21

Introduction

La communauté Smart n'est pas une évidence : diversifiée au niveau de métiers comme de territoires, certain-e-s utilisateurs-trices ne viennent que pour le service rendu par l'outil, d'autres revendiquent faire partie d'une communauté incarnée par la coopérative, d'autres ignorent l'existence de cette communauté.

Historiquement, depuis la Belgique, les membres Smart étaient principalement des artistes, des technicien-nes et d'entrepreneur-es, du domaine artistique et culturel, à la recherche de solutions concrètes entre contraintes du marché et contraintes des règlements et administrations. Les réponses apportées par Smart se sont montrées pertinentes pour d'autres métiers et d'autres secteurs. La diversification a été spontanée, les figures du travail artistique et créatif ont préfiguré certaines évolutions plus récentes du monde du travail en partageant de nombreuses caractéristiques avec le travail dit atypique : difficulté d'accès à la protection sociale, discontinuité du travail et des revenus, faible niveau de rémunération, difficulté d'accès à la formation, multi activités, etc.

Aujourd'hui, le-la travailleur-euse salarié-e côtoie l'entrepreneur-e qui lance sa start-up, le freelance, l'étudiant, le semi-professionnel, le retraité qui passent par nos outils pour leur activité principale ou accessoire. Ce public diversifié est uni dans un nouveau modèle professionnel : l'entrepreneuriat salarié.

La volonté est de garder l'ouverture de Smart à toutes les personnes qui souhaitent bénéficier de ses services. Se réapproprier sa force créative, le sens et la valeur de son travail, c'est l'objectif proposé à chacun-e, de poursuivre avec Smart, quelle que soit sa situation.

Dans ce contexte, comment gérer cette diversité de secteurs, de territoires, de pays pour faire communauté et rassembler les sociétaires de Smart ? C'est cette question qui a été posée aux groupes de travail sur la thématique « public ».

Cette thématique a été portée par des groupes de travail à Lyon et Nantes et une animation à Strasbourg. Le travail a permis de repositionner des éléments structurants comme le projet politique et l'histoire de Smart afin d'avoir des points d'appui pour faire communauté. Si l'ouverture de Smart est aujourd'hui acquise, l'accueil et la protection de chacun-e restent essentiels. En imaginant des espaces et des processus à prendre en main pour la vie collective et coopérative, tout en respectant la singularité des membres et leurs différentes sphères de vie ; ces travaux ouvrent des pistes à explorer, expérimenter et modéliser.

Les groupes de travail ont été animés par Tony Curien et Mathilde Elie et soutenus par Elodie Bouteille et Sarah Ponceblanc.

1 — Smart renforce son rôle politique.

« On ne peut pas vouloir inventer un nouveau modèle de société et le faire dans son coin. »

En tant que coopérative internationale, Smart a une force de frappe capable de proposer un modèle qui soit pérenne et reconnu, elle doit s'en saisir pour peser sur des débats politiques, législatifs ou autres et se faire le porte-voix des entrepreneur-euses salarié-e-s.

« Smart ne peut pas être neutre sur le plan politique (...) même si ses coopérateurs·trices peuvent l'être. »

Il est tout à fait possible que certains coopérateurs·trices ne soient ni engagé-e-s, ni militant-e-s et ce critère ne doit pas être une barrière à l'entrée (ni formelle ni psychologique). L'engagement et l'envie d'action collective peuvent venir avec le temps (ou pas).

Par contre, il n'est pas possible pour Smart en tant que structure de se tenir à l'écart du débat public. On n'entend pas par là que Smart devrait prendre des positions partisanses, mais que la coopérative doit se positionner clairement comme un acteur incontournable du débat politique sur l'avenir du travail (et la défense d'un modèle de travail alternatif).

Smart est une entreprise engagée et militante par nature, puisque c'est une coopérative. Elle a un rôle syndical de défense des intérêts des travailleurs-euses indépendant-e-s (par exemple, la taxe de 10€ par contrat pour régime Général). Smart doit protéger les coopérateurs·trices de loi qui renforcent leur précarité, mais aussi les tenir informé-e-s des évolutions juridiques et des démarches faites par Smart pour se battre pour les protéger.

2 — Smart coopère à l'échelle du territoire.

Ce n'est pas parce qu'on veut accueillir toute personne qui souhaite rejoindre la coopérative que Smart est la structure la plus adaptée pour tous.

Aider les indépendants à trouver le statut et la structure qui corresponde à leur activité est nécessaire à l'échelle du territoire. Ainsi, une coopératrice nantaise a été aiguillée vers Smart par « L'ouvre-boîte 44 » : « Je ne suis pas là pour monter ma boîte ».

Le statut d'entrepreneur salarié est spécifique et il est nécessaire de bien en présenter les modalités dès les rendez-vous de présentation de Smart et de bien connaître les autres structures locales du territoire qui peuvent héberger ou accompagner des entrepreneurs-euses. Mieux accompagner les membres, selon leurs métiers et leurs envies, c'est aussi leur conseiller de ne pas choisir Smart si leur projet n'y est pas adapté. "Smart avec qui ?", c'est donc aussi Smart avec d'autres institutions, CAE, entreprises, associations... dans un écosystème local où des ponts doivent être créés.

Coopérer à l'échelle du territoire, c'est aussi ouvrir des opportunités pour les coopérateurs·trices en se positionnant dans des réseaux où des indépendant-e-s sont parfois recherché-e-s pour des prestations.

3 — Smart comprend mieux qui sont ses membres.

3.1 — Faire un suivi des chiffres et des usages

Le groupe de travail a été très déstabilisé par l'absence d'informations sur "qui sont les coopérateurs·trices aujourd'hui ?" : Qui est actif·ve ? Quelle est leur activité ? Leur chiffre d'affaire ? La fréquence de leur recours à Smart ?

La secrétaire du groupe a établi un panorama des membres de Nantes ; mais pour beaucoup de facteurs, il a été découvert que "ça dépend". Certains membres ont une activité déclarée initialement mais font plein d'autres choses (multi-activité), certain·e·s membres sont actifs·ves à certains moments dans l'année seulement, certain·e·s arrêtent de recourir à Smart pendant un an puis y reviennent... Dans cet environnement mouvant, comment se projeter ? Comment "faire coopérative" ?

3.2 — Établir une typologie de coopérateurs

Face à ces questionnements, il est proposé d'établir une typologie plus fine permettant de différencier :

- ceux et celles « qui subissent » ou qui ne sont plus actifs·ves, qui n'ont peut-être jamais voulu rejoindre la coopérative (test non concluant, ajoutés par un coopérateur pour un contrat...)
- les membres occasionnel·le·s (1 seul à quelques petits contrats par an)
- les membres actifs·ves (plus de X contrats ou X chiffre d'affaire par an)

Cette typologie n'est ni définitive, ni exhaustive mais reflète l'envie, dans le cadre de la mise en place d'un annuaire par exemple, de pouvoir repérer qui sont les membres réellement "actifs·ves". Le groupe proposant cette recommandation a bien conscience que les membres les plus actifs·ves en nombre de contrats ou chiffre d'affaire, ne seront pas nécessairement les plus actifs·ves dans leur investissement coopératif (d'où notre recommandation 8.a. visant à mettre en place un Comité Collectif Local par bureau).

3.3 — Définir comment on s'adresse à chaque "communauté"

S'est ensuite posée la question de comment on « parle » à chaque communauté.

Pour ceux et celles qui utilisent peu les services, doit-on essayer de savoir pourquoi ? De leur donner envie de les utiliser par de l'information sur les possibles ?

Doit-on s'adresser pareil à tout le monde ?

La tension qui a émergé dans les discussions est la suivante : “où sont les frontières ?”

Entre ceux et celles qui veulent “aller plus loin” et créer des collaborations et les autres ? Entre ceux et celles qui utilisent beaucoup Smart et ceux et celles qui l'utilisent très peu ? Entre spectacle vivant et régime G ? Entre ceux et celles dont l'activité roule et ceux et celles qui se lancent ? Ceux et celles qui maîtrisent l'outil et ceux et celles qui galèrent ?

Une volonté de sortir d'une vision fragmentée est ressortie des échanges. Il y avait une envie de travailler ensemble de façon transversale, de ne pas faire de frontières hermétiques entre les professions notamment.

Chaque catégorie a des différences et des points communs et on ne peut pas prédire les envies et besoins des coopérateurs sur une base “objective”.

Face à cette diversité et cette complexité, se pose la question de : quel accompagnement ?
Quelles infos transmettre ?

Il a été établi qu'il ne fallait pas segmenter les informations transmises et permettre à chacun·e de s'inscrire à une rencontre ou un atelier même s'il ou elle n'était pas le public visé à la base.

Il nous semble donc nécessaire que la coopérative se pose sincèrement la question des besoins des membres pour mieux les accompagner (cf recommandations 5. Soigner l'accueil des nouveaux membres et 7.a) organiser des rencontres, mais aussi de mieux les protéger comme détaillé dans la recommandation 6.

4 — Smart s'inscrit dans une histoire et une évolution.

Plusieurs participant·e·s ont découvert l'histoire et l'âme de Smart : son origine, ses évolutions lors des ateliers et ont dit que c'était important pour eux et elles que cette histoire soit connue des membres.

L'idée de réaliser une fresque retraçant l'histoire de Smart a été émise : elle serait créée par des coopérateurs artistes (éventuellement en prestation interne)

Replacer Smart dans son histoire permettrait aux nouveaux de comprendre ce qu'est smart, son évolution et ses spécificités. Il est important de ne pas chercher à enjoliver : on apprend des erreurs et les assumer permet de ne pas s'engouffrer indéfiniment dans les mêmes impasses. Cela nous permettrait de mieux comprendre certains choix en les replaçant dans leur contexte et d'imaginer des futurs possibles.

Il serait même judicieux de retranscrire également l'histoire locale du bureau, notamment pour rendre hommage à ceux et celles qui s'y sont investis (permanent·e·s, coopérateurs·trices, stagiaires...) même s'ils et elles sont partis.

5 — Smart soigne l'accueil des nouveaux membres.

5.1 — Ouverture

« J'ai choisi smart parce que ce n'était pas sélectif »

Plusieurs coopérateurs·trices présent·e·s aux ateliers ont affirmé avoir fait le choix de Smart pour sa souplesse et son ouverture à l'entrée. Smart ne demande pas de chiffre d'affaire minimum, n'a pas d'exigence d'activité socle sur l'année, contrairement aux CAE, on peut y revenir sans problème après une pause de plusieurs années.

Il est donc maintenu l'idée de ne pas mettre de barrière à l'entrée, hors celles mentionnées dans les statuts et décidées par le comité d'éthique et dans l'alignement des décisions prises lors du premier processus Smart In Progress en Belgique.

5.2 — Un parcours d'accueil

Une des discussions qui a émergé durant les ateliers est le fait qu'un certain nombre de personnes qui arrivent chez Smart sont démunies à plusieurs titres : manque de connaissances sur le métier (juridiques, façons de faire, réseau...), manque de "culture de la coopération, précarité financière, solitude...

Partant du principe que pour se considérer comme "coopérateur·trice", il faut avoir une activité depuis longtemps mais surtout participer de manière proactive, il faut que Smart encourage cette proactivité et informe clairement ses membres sur les possibilités de participation.

Nous pensons donc qu'il serait judicieux de mettre en place un parcours d'accompagnement. Concernant sa durée, nous n'avons pas tranché (6 mois ? 1 an ?). Il faut bien sûr prendre en compte le fait que de nouveaux·lles membres arrivent au compte goutte toute l'année, mais si le programme semestriel ou annuel est pensé pour pouvoir être suivi dans plusieurs sens, alors c'est possible d'avoir une programmation annuelle (ou semestrielle répétée deux fois) que les nouveaux peuvent intégrer à partir de leur arrivée.

Cette programmation serait co-portée par le bureau et par le Comité Collectif Local (voir recommandation 8.a)

Accompagner l'arrivée de nouveaux coopérateurs·trices, c'est leur donner dès le début les clefs sur ce qu'est Smart : comment ça fonctionne, comment s'impliquer, mais aussi développer leur autonomie, c'est-à-dire les aider à se poser les bonnes questions sur leur activité pour faire leurs propres choix), les responsabiliser.

L'accueil ne doit pas nécessairement être uniquement porté que par les conseiller·ère·s : nous avons envisagé la possibilité de mise en place de parrainage par un·e autre sociétaire avec une activité similaire ou dans le même secteur. Ce système de parrainage/ marrainage des nouveaux membres par un·e sociétaire plus ancien·ne peut également rendre à l'inclusion une dimension humaine.

Chaque nouveau coopérateur·trice remplirait une fiche sur son activité, mais aussi sur qui il ou elle est en tant que personne. La newsletter pourrait comprendre une rubrique présentant ces textes sur les nouveaux coopérateurs·trice. (un espace en bas de la newsletter actuelle est prévue pour cela)

Le groupe de Strasbourg a mis en avant la nécessité d'accompagner les membres à devenir plus actifs·ves dans la coopérative, voire à explorer la rendre la participation à certains temps collectifs obligatoires (ex : session d'infos collective obligatoire sur la coopérative, participation à l'AG ou au minimum aux bilans participatifs locaux).

6 — Smart protège les coopérateurs.

Smart est un modèle hybride en proposant à la fois une protection (statut salarié) et la liberté (entreprenariat), un cadre (services smart) et une importante souplesse (organisation, choisir ses projets).

Smart protège déjà ses membres sur plusieurs plans : le statut salarié, le paiement sous 7 jours, la relance des mauvais payeurs et le fond coopératif.

Cependant, la coopérative doit renforcer la protection de ses membres sur différents aspects:

6.1 — Protéger des erreurs juridiques

En aidant les coopérateurs·trices à acquérir les connaissances nécessaires sur son métier, sur le droit du travail, sur les spécificités du statut d'entrepreneur-salarié / soutien dans la gestion.

En nommant des référents dans l'équipe de conseillers qui sont spécialisés sur des métiers ou des aspects particuliers (statut de l'intermittents ou régime générale, métiers de l'audio-visuel)

Pour protéger ses membres et la coopérative de manière globale, il faut aussi protéger les client·e·s par de l'information pédagogique (législative, risques et devoirs, sur des exemples de situation concrets) qui leurs serait destinée quand ils-elles manquent consciemment ou non de connaissances juridiques. Pour cela, il vaudrait mieux équiper les membres en arguments à fournir pour faire accepter les contrats tels qu'ils-elles doivent se faire légalement. Sans cela, on court le risque que les membres ferment les yeux sur certains points de contractualisation qui sont bancals, plutôt que de défendre les règles de législation (au risque de perdre le-la client·e qui ne veut pas s'ennuyer avec cela).

Par exemple, c'est souvent le cas pour des contrats de cession (vente spectacle) signés avec des boîtes d'évènementiel qui ne disent pas clairement qu'elles sont intermédiaires. Elles se font passer pour organisatrices ou pour une structure mandatée et déléguée par un·e autre client·e. En réalité, ils-elles ne touchent pas une subvention d'une mairie pour être organisateur·trice, ils-elles sont plutôt des acheteurs et revendeurs de spectacles. Ils-elles facturent ensuite le spectacle à un·e autre client·e, et ils-elles ne sont donc pas les vrai·e·s organisateurs·trices d'où un non-respect de la licence d'entrepreneur de spectacle, et un risque de complication au niveau assurances et sécurité.

6.2 — Protéger de la précarité

Certaines activités sont saisonnières et il faut inciter les coopérateurs·trices à comprendre le rythme de leur activité et à anticiper.

Les entrepreneurs·euses salarié·e-s peuvent facilement être isolé·e-s. Il est donc nécessaire de faciliter le lien social dans la coopérative en organisant des rencontres (voir recommandation 8). L'isolement peut aussi être géographique comme nous l'a montré le dernier atelier, organisé en visio entre Nantes et Lyon : certain·e-s membres ont pu, du fait de la dématérialisation, y participer alors qu'ils·elles ne peuvent habituellement pas prendre part aux réunions physiques puisqu'ils·elles habitent trop loin. Il est donc nécessaire que le bureau soit attentif à l'isolement des membres...

6.3 — Protéger de la prédation

Nombreux·euses sont ceux et celles, dans nos milieux militants, qui peuvent aller très loin parce qu'ils ou elles agissent pour le commun. « Le côté humain m'intéresse plus que faire du chiffre ». Cela permet plein de belles choses, mais peut aussi rendre vulnérable aux profiteurs de tous poils.

En interne comme en externe, la coopérative doit être consciente des dérives possibles et ne pas en faire des tabous. Elle doit rester vigilante avec la sous-traitance, la manipulation etc.

Il faut veiller au comportement des membres une fois entrés dans la coopérative, et prévoir d'éventuelles mesures si certain·e-s se comportent "mal".

Cela passe aussi par le fait de favoriser le développement d'une culture de la coopération et de l'entrepreneuriat qui permette à chacun·e de savoir comment poser ses limites, comment fixer son tarif, comment s'organiser à plusieurs etc.

Le CSE et le comité d'éthique sont les entités les plus à même de traiter de ces questions. La question reste de savoir comment les coopérateurs·trices peuvent avoir connaissance de leur existence et de comment les saisir ? Smart doit apporter toute son attention à ce que ces entités, leur rôle et les moyens de les contacter soient connus des membres.

7 — Smart favorise les coopérations internes.

La coopérative doit dépasser la simple gestion administrative et financière individuelle.

« J'ai besoin de compétences que j'aimerais trouver dans le milieu coopératif »

Il est indispensable que Smart offre un cadre et des outils qui facilite les coopérations entre membres, en particulier en local. La diversité des membres de Smart facilite le rapprochement de profils qui se complètent.

« Il manque aujourd'hui une affirmation de la coopération, qui n'a rien d'évident lorsqu'on travaille pour soi ».

Smart doit mobiliser l'énergie du collectif et donner du sens à l'engagement.

Dès nos premières tentatives pour imaginer des projets communs entre membres, une tension a émergé : qui doit coordonner les projets collectifs ? Si Smart doit servir de support et d'amplificateur, nous pensons que c'est bien aux membres de porter leurs projets communs. Cependant, un certain nombre d'espaces portés par les bureaux pourraient favoriser l'émergence de ces coopérations :

7.1 — Des rencontres liées aux activités

Organiser des temps de rencontre réguliers entre coopérateurs-trices.

7.2 — Co-développement

Les sociétaires évoluent dans un environnement concurrentiel où ils doivent sans cesse se vendre (même auprès de leurs proches qui peuvent être des prescripteurs). Smart pourrait être un endroit où est autorisé de montrer ses faiblesses et bénéficier de l'expérience et de la bienveillance de nos pairs pour renforcer nos activités (conseils, test d'un nouveau produit ou service...)

À Nantes, des ateliers "Enrichissement de projet" ont été testés. Il s'agissait de temps de co-développement, animés par une facilitatrice, où 2 coopérateurs-trices venaient présenter leur problématique du moment et les autres venaient les aider et conseiller. De manière surprenante, c'est par manque de personnes souhaitant partager leur problématique que ces rencontres ont pris fin. Lorsque cet échec a été analysé, a été émise l'hypothèse que les conseiller-e-s ont un rôle central dans le fait de proposer à des membres de s'y inscrire lorsqu'ils leur font part de leur problématique. Si ce n'est pas le cas, certain-e-s peuvent ne pas oser s'inscrire. De nombreux-euses membres nous ont également dit ne pas savoir que ça existait, ce qui nécessite de bien communiquer dessus.

Ces temps de partage et d'entraide sont pourtant bénéfiques, le groupe en est persuadé.

7.3 — Métiers et compétences

Des temps d'échanges thématiques par métier semblent également nécessaires.

À Lyon, des petits déjeuner sont organisés. D'une durée de 2h, ils ont lieu une fois par mois (le 3e lundi du mois). Le premier petit dej' a servi à définir les thèmes des suivants, ainsi que leurs dates et lieux. Pendant les 30 premières minutes, est présenté "l'adhérent inspirant", qui se fait connaître et s'essaye à parler de son activité. Un·e coopérateur·trice se porte volontaire pour organiser le petit déjeuner suivant. Il·elle choisit un lieu (ou s'appuie sur les conseiller·ère·s pour en trouver un). Il est même possible d'y participer à distance via skype. Les personnes souhaitant venir doivent s'inscrire pour anticiper l'affluence et prévoir un nombre adéquat de croissants !

À Nantes, des temps de "Partage d'infos et de compétences" ont été imaginés. Il s'agit de rencontres métiers, de rencontres autour de thématiques communes (écologie, etc.) ou encore de formations internes.

7.4 — Des Créations collectives (spectacles, formations, événements)

Smart devrait réfléchir à comment davantage favoriser les créations collectives (spectacles, formations, événements) en mettant en contact des membres qui pourraient travailler ensemble.

Smart pourrait également proposer un dispositif facilitant le fait de rejoindre des appels à projets (festivals, événements) à plusieurs de chez Smart.

Une bonne manière de favoriser ces coopérations serait d'organiser un temps fort local annuel. Cet événement local/régional créatif et artistique serait organisé pour mettre en avant les coopérateurs·trices (et favoriser l'interconnaissance et la collaboration). Il est imaginé comme une sorte de Bigre local. Une possibilité pour favoriser la coopération serait de n'y présenter que des oeuvres réalisées à plusieurs coopérateurs Smart. Les artistes présenté·e·s y seraient rémunéré·e·s, via les entrées et/ou en utilisant une partie du budget participatif local (cf recommandation 8.c).

7.5 — Un Système d'échanges local

Les coopérateurs·trices aimeraient pouvoir échanger ou mutualiser plus facilement des biens et des services, prêts de matériel etc., voire même pouvoir mettre en place des dispositifs de solidarité financière.

Smart pourrait proposer des outils rendant possible ce partage. Les coopérateurs·trices aimeraient que soit rendu possible le fait de faire du troc par exemple (service d'échange de services entre coopérateurs)

Cela nécessite de mettre en place les modalités d'échange.

Il a été discuté du fonctionnement des S.E.L et certain·e·s pensent que c'est mieux quand on ne convertit pas l'argent en "noisettes", où on ne peut prendre que si on donne l'équivalent. Il reste cependant nécessaire de suivre combien chacun donne et reçoit. Pour inspiration sur ce type de décompte, voir le site "donnons.org" où on peut voir avant d'accepter la demande de quelqu'un combien il a donné et reçu d'objets.

A également été évoquée l'idée de « smart fails » thématiques - en présentiel ou en virtuel pour se rendre des services mutuels.

Le groupe n'a pas été plus loin sur cette question, considérant qu'il glissait vers la thématique des services, qui n'était pas celle traitée par le groupe.

8 — Smart propose de vivre des choses ensemble au-delà d'activités

Partager des choses hors coopération professionnelle permet de se sentir vraiment coopérateur.

Un comité local de vie collective par bureau

Dans tous les ateliers que nous avons menés dans les différents bureaux, le fait de travailler à l'ancrage local pour créer une communauté a été fortement mis en avant.

Il est nécessaire de donner des moyens (temps humain notamment) à l'animation en locale et à l'animation de plateforme en ligne comme le groupe facebook.

À Strasbourg, les membres pensent qu'il est nécessaire de donner la possibilité aux bureaux locaux de créer des groupes de travail avec des membres sur des sujets/ projets locaux par exemple lors de la recherche de nouveaux bureaux/ lieux.

Une attention doit être portée sur la manière d'encadrer ces membres proactifs : comment leur donner l'autonomie et les capacités de parler au nom de Smart, réseauter au nom de Smart ou de développer des projets au nom de Smart.

À Nantes a émergé l'idée de mettre en place des Comités Collectifs Locaux dans chaque bureau pour encadrer et légitimer ces membres proactifs.

Ceux et celles qui veulent aller plus loin dans la coopération peuvent alors avoir un cadre pour agir, des moyens (cf point 8.c) et une légitimité.

Ces missions (encore à préciser) seraient les suivantes :

- Organisation d'événements et de rencontres ;
- Réflexion sur de nouveaux services ou autres ;
- Création d'outils pour aider à l'émergence de projets collectifs inter-smartiens ;
- Aide à la mise en place de réunions de création voire facilitation ;
- Remonter les besoins de coopérateurs-trices, de diffusion, juridiques, etc... aux conseiller.e.s

Son fonctionnement serait pensé pour permettre à chacun-e de s'investir à son niveau, afin de prendre en compte les contraintes de multi-activité, activité saisonnière, familiales et géographiques de chacun-e.

Ce Comité serait détaché du technique, autrement dit de la gestion courante des activités de chacun.

Les thèmes abordés et le champ d'action du Comité Collectif Local serait autour de trois axes :

- Militant/ Politique
- Entrepreneurial
- Convivial

Il accueillerait des membres et des conseiller·ère·s sur leurs temps personnel et l'investissement en son sein serait donc bénévole.

Ce Comité permettrait aux indépendant·e·s de s'organiser rapidement et facilement en temps de crises ou en temps "sans crise".

Une réunion en visio-conférence a été organisée le 27 mars 2020 après-midi pour lancer les comités de Nantes et Lyon. (9 personnes des bureaux de Nantes et Lyon étaient présentes).

Il a été mis en place des commissions pour commencer à imaginer les choses : rôle, marge d'action, outils, charte...et premiers projets !

Il a été envisagé de mettre en place des référents par thématique. Par exemple : appels à projets, gestion de l'agenda, organisation de conférences, organisation de visites, organisation de co-devs...mais ces points restent à définir.

Par la suite, sera envoyé un questionnaire à tous les membres du bureau rappelant le rôle, les objectifs et le mode de fonctionnement de ce comité et demandant aux personnes intéressées de se manifester.

8.1 — Un programme de rencontres hors activité professionnelle

Les sociétaires sont en coopérative et pourtant le statut d'entrepreneur salarié favorise un certain isolement (comme évoqué dans la recommandation 6.b.). Il est donc important de porter une attention toute particulière à l'organisation de temps collectifs.

Ces temps de rencontre réguliers entre coopérateurs·trices permettent d'approfondir l'interconnaissance, de limiter la compétition et de tisser des liens au-delà d'une stricte relation professionnelle et "utilitaire".

Deux types de rencontres sont envisagés :

- Convivialité

À Nantes, des visites de ce type intitulées "visites et découvertes" ont été organisées. Il s'agit de sorties collectives, pour aller découvrir un lieu ou voir le spectacle, l'expo ou autre d'un·e coopérateur·trice), d'un apéro, d'un repas partagé...

Ces rencontres sont coordonnées par les conseiller·ère·s, qui pourront être accompagnées pour l'animation ou pour faire émerger des idées et envies par le Comité Collectif Local

— Temps collectifs

Il s'agit d'organiser des événements (conférences, ciné-débats etc) et des ateliers de réflexion collective.

Ces rencontres seraient coordonnées et animées par le Comité Collectif Local

8.2 — Un budget local par bureau

Une partie de la commission prélevée par Smart devrait être distribuée à chaque bureau pour y monter des projets collectifs.

Il n'a pas été déterminé comment serait défini le montant alloué à chaque bureau mais la première idée qui avait émergé était que ce soit en fonction du chiffre d'affaire global cumulé des membres du bureau.

Le budget alloué à chaque groupe de travail pour le processus Smart In Progress a été un bon révélateur que les coopérateurs·trices sont très raisonnables quand on leur donne un budget (par exemple, les membres de Lyon n'ont pas souhaité l'utiliser pour aller au restaurant ensemble). En revanche, le temps alloué pour les ateliers était trop court pour décider en plus de comment utiliser le budget.

À Nantes, le groupe aurait préféré que ce budget puisse être utilisé dans les mois suivant SIP pour expérimenter en local certaines idées ayant émergé (par exemple, la mise en place d'un événement local).

9 — Smart soigne la communication interne.

Pour toutes les propositions évoquées dans les précédentes recommandations, la question de la communication interne est vitale.

Quand il se passe quelque chose (sortie, atelier de réflexion collective etc.), il est important de partager les photos et le compte-rendu avec tout le monde. Cela permet d'éviter de recommencer les mêmes discussions à chaque nouvelle arrivée, de motiver des coopérateurs·trices à partager aux rencontres suivantes, de mettre en avant la vie de la coopérative.

Quelques précautions ont été discutées au cours de notre atelier.

Importance des formats : à chaque format d'envoi un type d'infos :

- 1 newsletter par mois, rappelant les prochaines rencontres, partageant le bilan et les photos des rencontres du mois précédent, et donnant les infos générales Smart ou métier (ex : changement légal important etc)
- Des mailings de relance : 1 info par mailing
- Importance de la régularité des envois

Il faut que les informations partagées soient claires : qu'est-ce que c'est que ce rendez-vous, son objectif, qu'est-ce qu'on va y faire.

Qu'il s'agisse de la communication ou de l'organisation de rencontres, il est important que ce ne soit pas porté par une personne seule, mais que ce soit un travail de groupe. Il faut également que les responsabilités / redevabilités soient clairement réparties (qui porte ? Comment on communique dessus ? Qui envoie les infos ? Qui anime ?)

10 — Smart soigne la communication externe.

La communication externe ne doit pas se limiter aux “recrutement” de nouveaux·elles entrepreneurs·euses-salarié·e-s pour rejoindre la coopérative.

Il faut soigner la communication auprès des client·e-s, et notamment auprès des institutions (grosses structures) – sur l’intérêt de recourir à des artistes/prestataires de chez Smart.

Repenser la communication de Smart en direction des clients

Rédiger collectivement un pitch sur Smart pour qu’il puisse servir de source d’inspiration lorsqu’il est nécessaire de présenter Smart à des clients et à toute autre personne d’ailleurs. Il s’agirait notamment d’y mettre en avant les valeurs partagées avec eux.

Proposer aux coopérateurs·trices des services pour les aider dans leur communication

Une idée qui a été évoquée mais n’a pas été creusée plus que ça était de proposer aux coopérateurs·trices de pouvoir utiliser un sous-domaine Smart pour leur site internet (ex : labellecompagnie.smart.coop). Cette idée s’apparentant plus à un service possible de Smart, nous n’avons pas creusé davantage.

11 — Smart poursuit les démarches comme Smart In Progress.

Les groupes de travail ont exprimé le souhait lors des précédents ateliers SIP de continuer cette démarche. Cependant, ont été apporté quelques éléments de réflexion et des propositions sur la forme prise par ces ateliers.

Il semble très important d'avoir des temps de réflexion collective et rien que pour ça, le processus Smart In Progress, c'est bien.

Cependant, les groupes de travail voudraient, plutôt que de simples recommandations à rédiger, que le processus SIP ouvre la porte à des expérimentations concrètes dans les bureaux. Les groupes pourraient ensuite documenter les résultats, les diffuser et garder des traces des réussites et échecs, pour qu'ensuite d'autres bureaux puissent s'emparer des idées.

Les Assemblées Générales annuelles sont perçues comme éloignées des préoccupations quotidiennes des membres et leur format très formel –s'il permet le vote d'une majorité- ne permet pas de s'impliquer finement dans les décisions. Smart devrait développer des prises de décisions impliquant plus directement les sociétaires.

A été soulevé un exemple flagrant des problèmes de prise en compte des besoins des sociétaires (et leur information sur la prise en compte ou non de ces besoins), c'est la question de l'annuaire ou catalogue de coopérateurs. Cet outil a été cent fois demandé et chaque nouveau-elle coopérateur-trice qui arrive le met sur la table. Et pourtant personne dans la coopérative ne peut expliquer clairement pourquoi un tel outil n'est pas souhaitable, possible ou met du temps à se mettre en place.

Il semble nécessaire de créer des espaces d'expression autres que les rendez-vous « officiels » (AG, SIP, bilans participatifs...). Cela permettrait aux coopérateurs-trices de réagir à froid et sur un temps long. Cela peut permettre à certain-e-s qui ont besoin de temps pour poser leurs idées de pouvoir le faire par écrit et en ayant tout leur temps. Un tel espace a été mis en place pour rédiger ce document, auquel tous les participants à SIP des bureaux impliqués ont eu accès pendant la rédaction. Ils pouvaient commenter, discuter par chat sur "Discord" et creuser les idées où il était nécessaire qu'ils précisent leurs avis sur "diboks".

Ces espaces permettent aujourd'hui d'ouvrir des thèmes à la discussion, de proposer des choses, de les approuver ou de les commenter, de solliciter le Comité Collectif Local pour qu'il s'empare d'une envie.... et ce, suivant les temporalités et disponibilités de chacun.

À terme, si un tel outil permettait également de saisir le CSE ou le comité d'éthique en cas de difficulté, cela semblerait intéressant aux membres des groupes de travail(Cf recommandation 6).

Cette dernière recommandation fera office de conclusion.

Elle montre l'importance des outils pour créer du collectif : plus les outils mis en place seront souples, faciles d'accès et utilisés, plus il sera possible d'impliquer les membres pour faire une réalité du slogan de Smart : "entreprise en commun".

Cette recommandation est donc à mettre en lien avec les recommandations émanant des groupes de travail ayant travaillé sur la thématique « créer, développer et consolider son activité. Comment et avec quels outils ? »

Retours des participants à la visio-conférence du 27 avril 2020

Une réflexion concernant la motivation des sociétaires dans le processus participatif a été lancée. Une des participantes a ainsi expliqué que c'est bien pour éviter cet essoufflement que son groupe de travail est parti sur l'**idée de création d'un comité local de sociétaires**. C'est bien celui-ci qui serait apte pour prendre des décisions concernant les besoins réels des sociétaires et cela résoudrait ainsi le problème de légitimité qui peut se poser au sein d'un groupe de travail. Il a également été ajouté qu'il y avait à trouver un équilibre au sein du collectif pour pouvoir aller jusqu'au bout des idées dans le local et ne pas attendre que ce soit donné par le national. Et cela même, sans omettre que, bien sûr, des idées peuvent essaimer et donner naissance à des projets similaires. Mais les initiatives locales ne doivent pas être guidées par ces volontés-là. L'importance d'avoir une autonomie au niveau local a été rappelée. Ainsi que, concrètement, un agenda événementiel prévu sur l'année avec des rendez-vous récurrents suivant une régularité programmée.

Le problème des **distances en zones rurales** a été souligné. L'importance d'en tenir compte et de proposer une diversification et multiplication des canaux de rencontres (visio + présentiel) a été recommandé non seulement pour permettre une plus grande participation mais également pour donner l'impression de reconnaissance des singularités et difficultés de chacun.

Aussi, si l'intégration des nouveaux sociétaires doit se faire sur l'activité, elle ne doit oublier les notions de coopérations...

Enfin, si l'idée d'annuaires peut sembler séduisante, il semble pourtant nécessaire, sinon indispensable, de se rencontrer également en vrai. La recommandation d'annuaire était construite avec une envie de partager différemment les profils et sortir des liens entrepreneuriaux habituels.