

Plan d'affaires Coop-médias

CONTEXTE

Nous faisons le constat d'un paysage médiatique en crise, à l'indépendance menacée par l'influence d'intérêts politiques et privés, dont la défense n'est plus correctement assurée par la puissance publique. Cette crise compromet gravement la capacité du public à accéder à une information fiable et de qualité, mettant en péril l'équilibre démocratique. Le rôle de contre-pouvoir de la presse est affaibli par la désinformation, la polémique et l'uniformisation des discours dominés par une vision libérale dominante, invisibilisant les projets sociétaux alternatifs que nous portons.

En parallèle, se développe un écosystème de médias indépendants de qualité, aux lignes éditoriales plurielles, se démarquant par son engagement dans le journalisme d'investigation, son indépendance éditoriale, et sa volonté de traiter des sujets souvent négligés par les médias traditionnels. Des médias d'intérêt public, promouvant un accès équitable à une information fiable et portant des valeurs progressistes en faveur d'une société plus écologique, solidaire et démocratique.

Ces médias font cependant face à de nombreux obstacles structurels : difficultés à se financer auprès des institutions traditionnelles (publiques, bancaires...), barrières financières et techniques à la diffusion et au développement, manque de visibilité et d'impact...

VISION

Coop-médias est un projet multi-partenarial de renforcement de l'écosystème des médias indépendants, sous une forme Société Coopérative d'Intérêt Collectif, via du soutien financier, de la diffusion, de la mutualisation de moyens et du plaidoyer. Notre ambition est de faire de la défense des médias indépendants une grande cause sociétale, en permettant à chaque citoyen·ne, ou personne morale, de s'y investir financièrement et personnellement.

Nous souhaitons faciliter la diffusion et l'accès au plus grand nombre à une information pluraliste et de qualité, notamment les publics éloignés. Nous aspirons à œuvrer pour restaurer et renforcer la confiance des citoyen·nes dans les médias, dans la démocratie et dans leur capacité à s'emparer des enjeux sociétaux pour influencer sur leur destin.

Nous voulons renforcer la solidarité, la stabilité et la liberté d'action des médias indépendants pour fournir une couverture approfondie et critique des enjeux notamment sociaux, politiques et environnementaux, pilier essentiel d'une démocratie saine et équilibrée.

MISSION

Notre mission est de mobiliser les citoyen·nes et la société civile organisée pour soutenir, promouvoir et défendre les alternatives médiatiques indépendantes.

OBJECTIFS

Nos objectifs sont de :

- **Financer** les médias indépendants en levant des fonds auprès des citoyen·nes, des institutions privées et publiques
- **Diffuser** les contenus médiatiques relevant de l'intérêt général via la création d'espaces de visibilité et d'échange
- **Mutualiser** des fonctions et outils communs pour accroître la solidarité et aider les médias à se développer et se renforcer
- **Défendre** et promouvoir ces enjeux auprès des institutions et du grand public.

PRINCIPES ET VALEURS

PRINCIPES COOPÉRATIFS

La création d'une structure permettant d'associer toutes les parties prenantes du projet (l'écosystème médiatique indépendant, le monde de l'économie sociale et solidaire, les initiatives citoyennes, les citoyen·nes, les salarié·es) au sein d'un espace transparent et démocratique nous semble indispensable pour défendre notre vision et atteindre nos objectifs. Le statut de Société Coopérative d'Intérêt Collectif et ses principes coopératifs répondent à l'ensemble de ces enjeux tout en constituant un véritable outil de mobilisation citoyenne.

En complément de ce statut, coop-médias a pour vocation de s'inscrire pleinement dans les valeurs de l'économie sociale et solidaire. À ce titre, elle privilégie la lucrativité limitée et les modes de gouvernances inclusifs, participatifs et horizontaux.

PRINCIPES D'INDÉPENDANCE

Un média indépendant est une structure revendiquant la transparence, l'indépendance et l'autonomie vis-à-vis des pressions politiques, économiques ou idéologiques. Dans le cas d'une entreprise, la majorité de son capital est détenue par des personnes physiques ou morales dont l'activité principale se situe dans les médias. Dans le cas d'une société contrôlée par des actionnaires hors-médias, leur activité doit être évaluée à l'aube d'un conflit d'intérêts entre ces derniers et la structure éditrice. Dans le cas d'une association, l'indépendance s'apprécie par le fait de disposer de sources de financement diversifiées et d'avoir des responsables ne se trouvant pas dans une situation de conflit d'intérêts.

PRINCIPES D'ENGAGEMENT

Coop-médias est une structure engagée qui défend par ses actions les alternatives médiatiques d'intérêt public et de bien commun, portant des valeurs progressistes en faveur d'une société plus écologique, solidaire et démocratique.

STRATÉGIE

Notre stratégie est d'associer l'écosystème des médias indépendants, le monde de l'ESS et des milliers de citoyennes et citoyens au sein d'une Société Coopérative d'Intérêt Collectif pour co-construire collectivement un paysage médiatique riche et pluraliste en soutenant, promouvant et défendant les alternatives médiatiques libres et indépendantes.

Nous disposons de plusieurs atouts pour atteindre ces objectifs ; d'une part, nous avons un réseau de structures et de citoyens engagés financièrement et personnellement dans la Transition écologique, sociale et démocratique, qui portent nos projets et en sont les ambassadeurs. Nous avons ainsi accès à 4 millions de personnes, 4 200 lieux dédiés aux questions de Transition, et nous avons déjà levé, toutes structures confondues, plus de 50M d'euros chez des particuliers, et 200M chez des institutions.

Nous sommes convaincus que nous avons un rôle à jouer pour mobiliser ces forces au service de l'indépendance et du pluralisme des médias.

D'autre part, nous sommes accompagnés par une trentaine de médias indépendants, locaux et nationaux, papier et numérique, payants et gratuits. Ces médias portent déjà au quotidien des voix alternatives, mais ont besoin de se renforcer, se stabiliser afin de pouvoir continuer à exister face aux grands groupes de presse traditionnels.

Coop-médias sera un pont entre ces écosystèmes, sur chacun de ces axes d'action.

FINANCEMENT

Coop-médias a pour ambition d'investir dans les médias indépendants ; l'objectif n'est pas de se substituer aux aides existantes, mais bien de répondre aux besoins non pourvus :

- Compléter les possibilités de financement au lancement d'un média, notamment la bourse d'émergence.
- Offrir des possibilités de financement importants (+ de 50k euros) pour développer de nouvelles activités de médias installés, avec des temporalités de remboursement à 3 à 4 ans pour donner le temps de rentabiliser l'activité.
- Être un outil de secours pour des besoins très ponctuels et urgents en trésorerie.

Cette activité est pilotée par le comité d'engagement coop-médias, composé d'experts dans le domaine des médias, de la finance, et de l'accompagnement de projets. Ce comité d'engagement sera chargé d'instruire les dossiers de demande de financement, et de faire des recommandations au conseil d'administration quant aux réponses à apporter aux candidats et les modalités financières. La thèse d'investissement détaillée est en cours d'élaboration par un petit groupe de préfiguration, en cohérence avec le modèle économique général de la structure et avec une attention particulière portée à la gestion des risques liés à cette activité de financement.

DIFFUSION

Soutenir financièrement les médias indépendants n'est pour nous qu'une brique, essentielle mais non suffisante ; nous croyons fermement à la possibilité d'augmenter largement l'audience des médias indépendants, et à l'effet levier que peut représenter le public des structures coopératives et associatives qui composent les écosystèmes de l'ESS que nous pourrions mobiliser.

En massifiant l'audience et en transformant les financeurs de coop-médias en des ambassadeurs des médias indépendants, nous permettrons un véritable changement d'échelle et toucherons un public de plus en plus vaste.

Plusieurs scénarios sont à l'étude avec les médias :

Construire un système de lettres d'information croisées, avec des encarts intégrables dans les lettres d'information des autres structures.

- Mettre à disposition un portail de la presse indépendante, avec des fonctionnalités plus ou moins avancées :
 - Paiement ou dons au click (en fonction du modèle du média, payant ou gratuit)
 - Abonnement à quelques médias
 - Abonnement complet avec accès à tous les médias partenaires
- Produire un Courrier des médias indépendants (version papier et/ou numérique) tous les trois mois, avec le meilleur des médias indépendants réunis, distribués dans tous les lieux de la Transition.
- Expérimenter des offres groupées de découverte de médias indépendants auprès des publics des structures engagées dans la Transition.

MUTUALISATION

En plus de soutenir financièrement et de développer l'audience, nous souhaitons renforcer la solidarité entre médias via l'hébergement de compétences partagées et le développement d'outils communs. Nous savons qu'il existe un fort besoin à la fois pour des médias naissants qui n'ont pas la taille critique pour pouvoir internaliser un certain nombre de compétences dites « support » (comptabilité, maintenance informatique, administration système...), et pour les médias installés de pouvoir avoir recours ponctuellement à des compétences sur des sujets spécifiques (ingénierie financière, marketing...).

Coop-médias pourra héberger ces compétences et offrir des prestations de services à prix quasi coûtant aux médias.

En complément, un certain nombre d'outils de gestion, RH, marketing existent et pourraient être gérés par coop-médias pour le compte des médias qui le souhaitent.

PLAIDOYER

Coop-médias a pour ambition de faire de la défense d'un paysage médiatique indépendant et pluraliste une grande cause au même titre que la justice sociale ou l'environnement.

Nous faisons le constat d'un sous-investissement de la cause de l'indépendance et du pluralisme de la presse, comparé à toutes les autres grandes causes sociétales ; il n'y a encore que très peu de temps de travail dédié à ce sujet. Coop-médias souhaite soutenir et compléter les initiatives existantes (SPIIL, FPL, RSF, UBDM) pour porter ces sujets sur la place publique, avec deux cibles :

- Être un interlocuteur des pouvoirs publics pour faire entendre la voix des médias indépendants.
- Faire de l'éducation populaire vers le grand public sur les médias (qu'est-ce qu'un média, comment ça fonctionne, qu'est-ce que coûte de produire de l'information), l'information (qu'est-ce qu'une information de qualité, comment vérifier des informations), l'indépendance (quels sont les critères, pourquoi est-ce important). La structuration juridique de coop-médias en tant que SCIC est pour nous fondamentale ici : en rendant les citoyen·nes acteur·rices de la cause de l'indépendance des médias, nous souhaitons leur permettre de se réapproprier leur accès à l'information et aux médias.

MODÈLES ÉCONOMIQUES

Coop-médias organise des levées de fonds annuelles, et offre aux citoyen·nes, lecteur·rices, structures de l'économie sociale et solidaire la possibilité de soutenir la cause de l'indépendance des médias. Nous souhaitons proposer une alternative à la souscription d'abonnement et à l'achat de titres de presse, et répondre ainsi au besoin identifié de pouvoir soutenir les médias « en général ».

Nous nous situons de façon complémentaire à d'autres initiatives comme le Fond pour la presse libre, Jaime linfo, ou Presse et pluralisme en proposant aux personnes physiques et morales d'investir au capital social de coop-médias, et non de faire du don, et en leur offrant ainsi de rentrer dans la gouvernance du projet s'ils le souhaitent. Les parts sociales sont bloquées pendant cinq ans, et grâce à une défiscalisation de 50% pour les particuliers, permise par le statut d'entreprise solidaire de presse, monter au capital de coop-médias est l'équivalent d'un placement à 10% pour celles et ceux soumis.e.s à l'impôt sur le revenu.

Ces levées de fonds seront annuelles, et s'étendront sur plusieurs mois afin de s'adapter aux calendriers de levées de fonds des structures partenaires.

C'est le conseil d'administration qui décide de la stratégie financière générale de coop-médias et produit des orientations stratégiques pour les autres organes de gouvernance (comme le comité d'engagement) : encadrement de la prise de risques, rythme d'attribution des fonds...

RECETTES :

- Sur la brique Financement du projet, nous prenons l'hypothèse d'atteindre 10 millions d'euros de capital social, et d'avoir une marge financière en moyenne de 3%, via des placements financiers au sein des médias ou sur des comptes à termes. En effet, parmi les médias qui bénéficieront de financements, le comité d'engagement répartira équitablement les fonds entre des médias en capacité de supporter des taux d'intérêt équivalents à ceux proposés sur le marché, ou quasi, et des médias qui ne pourront supporter que des taux très faibles voir inexistantes. Considérant que notre coût de l'argent est proche de zéro, en dehors du coût de la plateforme de collecte et celui de l'ETP de gestion de la collecte, cela nous permet de dégager 300 000 euros.
- Pour la brique Diffusion de notre projet, le modèle économique dépendra fortement des options choisies par le conseil d'administration. Il reposera en grande partie sur notre capacité à générer du trafic vers les médias indépendants, via différentes possibilités de montage : lettres d'infos croisées, opérations marketing avec les partenaires ESS, paiement d'article au clic, portefeuille d'article...). Toutefois, un calcul approximatif sur l'hypothèse de captation de valeur maximum de 0,8 % du chiffre d'affaires de chaque médias partenaires et bénéficiant de ce trafic supplémentaire (et donc d'abonnements, de dons, de revenu publicitaire...), amènerait à un chiffre d'affaires pour coop-médias de 100 k€ en année 3 (40 médias * 250 k CA/médias * 0,8 %). Une autre

option en cours de chiffrage est celle de l'édition d'un journal papier qui éditerait tous les trois mois les meilleurs contenus issus des médias indépendants.

- L'activité de mutualisation, comptant sur 30 000 euros de prestation de services pour environ 25 médias bénéficiaires et en se basant sur une marge commerciale de 15% sur les ETP ou les outils partagés, devrait nous permettre de dégager 112 000 euros en année 3.

L'ambition est donc en année trois d'atteindre 572 000 euros de recettes pour couvrir les dépenses.

DÉPENSES :

Nous visons d'avoir au bout de trois ans d'existence de la coopérative une équipe constituée de 5 personnes :

- 1 coordinateur·rice de l'équipe, directeur·rice général·e
- 1 responsable de la communication, du plaidoyer et de la mise en œuvre de la vie coopérative avec les sociétaires.
- 1 responsable de l'axe Diffusion
- 1 responsable de la gestion financière et de l'axe financement (animation du comité d'engagement, instruction des dossiers...)
- 1 responsable de projet transverse pour mettre en œuvre les pistes de mutualisation

Les charges externes sont budgétées autour de 135 000 euros, à répartir entre des locaux, l'équipement des salarié·es etc. et les charges liées à la communication.

Ce budget ne prend pas en compte l'édition du journal papier de coop-médias.

Modèle de compte de résultat		1 septembre 2024-31 décembre 2025	2026	2027	2028	2029
Chiffres d'affaires						
Ventes de services						
- mutualisation		20 000 €	60 000 €	112 000 €	150 000 €	200 000 €
- commission diffusion des médias		15 000 €	45 000 €	100 000 €	200 000 €	300 000 €
Produits financiers						
- financement des médias		0 €	120 000 €	300 000 €	390 000 €	420 000 €
- placement trésorerie		15 000 €	37 500 €	60 000 €	78 000 €	84 000 €
Total des PRODUITS (A)		50 000 €	262 500 €	572 000 €	818 000 €	1 004 000 €
Charges externes		60 000 €	120 000 €	135 000 €	200 000 €	200 000 €
Impôts et taxes						
Charges de personnel						
- salaires bruts (salaire net + part salariale)		68 400 €	182 400 €	228 000 €	228 000 €	228 000 €
- charges sociales (part patronale)		57 600 €	153 600 €	192 000 €	192 000 €	192 000 €
Charges financières						
Charges exceptionnelles						
Dotations aux amortissements						
Total des CHARGES (B)		186 000 €	456 000 €	555 000 €	620 000 €	620 000 €
Résultat avant Impôt (A)-(B)		-136 000 €	-193 500 €	17 000 €	198 000 €	384 000 €
Impôt sur les bénéfices						
RESULTAT NET COMPTABLE		-136 000 €	-193 500 €	17 000 €	198 000 €	384 000 €

Notre objectif est d'atteindre un budget de point mort de 500 000 euros en année 3, soit environ 365 000 de masse salariale et 135 000 euros de charges externes. Les modèles économiques ci-dessus sont ceux de coop-médias à horizon trois ans.

ORGANISATION ET GOUVERNANCE

Nous faisons le choix du statut de Société Coopérative d'Intérêt Collectif. L'utilité sociale du projet est intrinsèque au secteur dans le quel coop-médias exerce, soutenir la cause de l'indépendance des médias comme pilier essentiel de la démocratie. Ce statut est tout particulièrement approprié au projet, par la possibilité qu'il donne d'inclure toutes les parties prenantes pour porter un intérêt collectif, à rebours du modèle classique dans lequel les intérêts catégoriels supplantent celui du projet.

Nous faisons le choix de consacrer légalement et statutairement l'absence de recherche de lucrativité, via le réinvestissement de 100 % des résultats dans les réserves statutaires, donc le projet.

La gouvernance du projet repose sur plusieurs piliers :

- **L'Assemblée Générale**, qui se réunit au moins une fois par an, et qui permet aux cinq catégories (les parties prenantes du projet) de prendre les grandes décisions sur les orientations de la coopérative.
- **Le Conseil d'Administration**, composé de membres issus de toutes les catégories, qui ne représentent pas les intérêts de leur catégorie mais sont élus par tous les sociétaires pour porter l'intérêt collectif.
- **L'équipe salariée**, menée par la direction générale, organisée selon les principes de gouvernance partagée, de respect et d'épanouissement de chacun·e.
- **Chaque axe d'action** (Financement, Diffusion, Mutualisation, Plaidoyer) **aura sa propre gouvernance**, avec ses instances qui référeront au CA et seront proposeurs sur leurs périmètres.

ÉQUIPE

À sa création, le pilotage stratégique, politique et opérationnel de Coop-Médias s'organise avec un Conseil d'Administration composé de la Directrice Générale et de l'ensemble des personnes impliquées dans la création du projet.

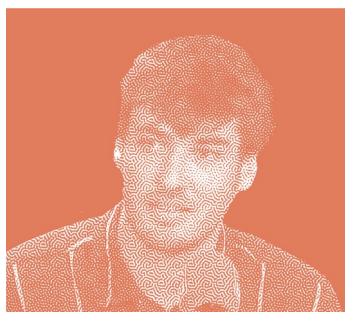
L'équipe de direction et le Conseil d'Administration de la coopérative sont composés de :



Lucie Anizon
Co-porteuse du projet

De formation en Sciences Politiques spécialisée sur les questions de démocratie participatives, Lucie est la Directrice Générale de Coop-Médias. Elle est également secrétaire Générale de la SCIC Enercoop pour qui elle intervient depuis 5 ans sur les sujets de concertation et de mobilisation de ses administrateurs et sociétaires.

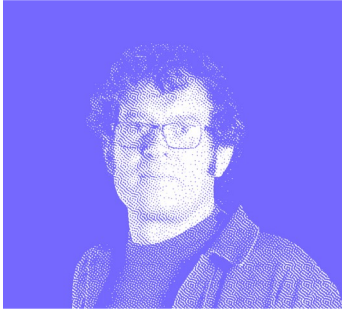
Elle intègre l'équipe salariée à temps partiel.



Robin Saxod
Co-porteur du projet

Après des études à l'IEP de Grenoble, Robin s'engage auprès d'élus locaux comme conseiller technique cohésion sociale et environnement au cabinet du Président de la Métropole où il gère différents projets multi-acteurs structurants (Schéma

directeur déchet, programme coeur de villes ...). Convaincu de la nécessité de renforcer le pouvoir citoyen, il met ensuite son expérience au service du dialogue élus / habitants en intégrant le Collectif pour une Transition Citoyenne au sein duquel il porte également le projet coop-médias, dans l'objectif de renforcer les liens entre Citoyens, acteurs de l'ESS et médias indépendants dans la construction d'une société plus juste et écologique. Il intègre l'équipe salariée à temps partiel.



Julien Noé

Membre bénévole du collège Porteurs

Julien est un expert de la mobilisation citoyenne et le cofondateur de plusieurs coopératives dans tous les secteurs clefs de la société (le réseau de SCIC Enercoop, Mobicoop, Télécoop, Windcoop). Il a initié le mouvement des Licoornes qui regroupe aujourd'hui 12 coopératives répondant à de nombreux besoins du quotidien et représentant de réels enjeux de société

Thomas Bouilly

Membre bénévole du collège Porteurs

Thomas intervient sur les questions de diffusion numériques qu'il a expérimenté dans son parcours professionnel.

Charles Lucazeau

Membre bénévole du collège Porteurs

Charles est également Coordinateur & Administrateur de la SCIC Enercoop Nouvelle-Aquitaine. Il apporte son expérience des coopératives citoyennes et du pilotage stratégique à Coop-Médias.