Association pour la Promotion des Approches Coopératives
245 route de la scierie 74250 Bogève
https://www.approchescooperatives.org/

Compte-rendu de la réunion du Comité exécutif du 4 septembre 2025

Présents

Dominique Bénard, Roland Daval, Anne-Laure Detilleux, Patrick Gallaud, Francis Jeandra, Guy Ménant, Dante Monferrer, Michel Tissier.

Excusé

Michel Seyrat

1. Un nouveau modèle économique

- **Introduction**
  - Le modèle actuel révèle à l'usage plusieurs défauts : (1) Nous avons voulu une diffusion gratuite de nos publications, mais le système actuel ne nous permet pas de comptabiliser le nombre de téléchargements de la revue. (2) Nous proposons un abonnement à la revue en format papier, mis le nombre des abonnés demeure très faible (une vingtaine). La gestion des bonnements n'est pas prévue par lulu.com. Nous sommes obligés, chaque trimestre, de commander manuellement sur lulu.com l'envoi d'une revue à chaque abonné. Le prix de l'abonnement est assez élevé (60€ pour 4 numéros) mais cette somme couvre à peine le coût d'impression et le d'envoi. (3) Le site Web ne propose un nouveau contenu qu'une fois par trimestre à l'occasion de la publication de la revue et demeure donc trop statique pour attirer l'intérêt de lecteurs.
  - Un nouveau modèle pourrait être développé à partir de l'exemple du site "le Grand Continent" (*https://legrandcontinent.eu/fr/*) qui propose un choix d'articles lisibles et téléchargeables gratuitement sur le site Web, un abonnement à une revue numérique et l'achat d'une publication en format papier.
  - Nous pourrions ainsi : publier sur le site Web en accès gratuit, des articles de chaque numéro de la revue avant même la publication de celle-ci afin de susciter l'intérêt de lecteurs potentiels ; proposer un abonnement à la revue numérique (avec un système automatique possible sur le site) et, en complément, l'achat sur lulu.com de "cahiers" en format A5 regroupant des articles sur un thème donné. L'abonnement en format numérique peut-êre proposé à un prix réduit car il n'entraîne aucun coût d'impression ni d'envoi. 500 abonnés à 10€ nous rapporteraient 5000€. Des "cahiers" en format A5 de 100 pages en quadrichromie complète pourraient être proposés sur lulu.com à 15€ l'exemplaire, port compris. La publication d'articles gratuits sur le site permettrait de soutenir l'intérêt du site.

- **Réactions et commentaires**
  - Il faudrait pouvoir continuer à envoyer la revue en format papier aux contributeurs et partenaires.
  - Le fait de proposer sur le site des articles en accès libre risque de dissuader les gens de s'abonner. L'abonnement doit offir aux lecteurs un avantage supplémentaire : avoir tous les articles avec une présentation plus attractive. On ne publierait sur le site qu'un nombre restreint d'articles de chaque numéro.
  - Comment les articles publiés sur le site peuvent-ils conserver la logique d'ensemble du numéro et en rendre compte ? Si l'on publie sur le site les articles au fur et à mesure de leur écriture, l'ensemble risque d'être désordonné.
  - Le concept d'un numéro proposant des articles conçus autour d'une thématique précise est très important. On rassemble toute une matière avec à la fois des exemples, des réflexions, des analyses. Ça permet à la fois à des personnes de bien faire le point sur un sujet donné. Donc, ce n'est pas une très bonne idée de distiller trop d'articles comme ça au fil de l 'eau.
  - Il faudrait donc ne pas se contenter de publier des articles détachés les uns des autres mais présenter un numéro, son contenu, sa logique et publier un certain nombre d'articles comme des exemples pour attirer l'intérêt des lecteurs vers un numéro donné.
  - Proposer des abonnements en format numérique, c'est une bonne idée, mais il ne faut pas éliminer la possibilité de commander un numéro en format papier.
  - C'est assez normal qu'on paye pour un service. Tout le monde le comprend. Par ailleurs, si on veut durer, il ne faut pas complètement exclure qu'on puisse s'appuyer sur quelques ressources. C'est risqué de ne compter que sur du bénévolat pour tout produire.
  - La question de la langue est importante. Pour certains numéros présentant des exemples au niveau international, nous devrions nous donner les moyens de les publier dans plusieurs langues, notamment l'anglais et l 'espagnol, aussi bien en version numérique qu'en version papier.
- **Conclusion/décision**
  1. Présenter chaque numéro sur le site avec la problématique, le sommaire, les partenaires, les contributeurs et proposer plusieurs articles. en lecture gratuite . Cela permettra d'une part de rendre le site plus intéressant, moins figé, d'autre part d'attirer l'intérêt des lecteurs et de leur permettre de cliquer pour s'abonner..
  2. Les lecteurs auraient accès à la revue en format numérique sur abonnement. Comme la diffusion de la revue numérique n'entraîne aucun coût de publication ni d'envoi, nous pourrions proposer un abonnement annuel à un prix réduit, par exemple 10 à 15 euros par an. Les adhérents à l'APAC pourraient être automatiquement abonnés à la revue.
  3. La revue pourrait être achetée en format papier sur lulu.com.

4. Nous réservons à un prochain comité la décision de publier ou non des "cahiers" en format A5 papier.

2. Une stratégie de marketing

- **Introduction**
  - Comme le professeur Dubos l'a fait pour le dernier numéro sur l'intelligence artificielle, de nombreuses personnes expriment leur étonnement et leur satsfaction devant la qualité de la revue. Pour autant, notre diffusion demeure assez confidentielle. Nous pouvons estimer notre lectorat à un millier de personnes. Nous sommes plutôt bons comme producteurs mais complètement nuls en marketing. Heureusement nous avons eu la chance d'être rejoints par Anne-Laure Dutilleux qui a dirigé pendant plusieurs années un festival de documentaires et qui s'est spontanément proposée pour nous aider à concevoir et mettre en œuvre une stratégie de marketing.

- **Réactions et commentaires**
  - La priorité aujourd'hui c'est d'augmenter notre audience. Francis a amélioré le référencement du site sur Google et créé des nouveaux comptes sur les réseaux sociaux (Instagram et Tiktoc) pour promouvoir la revue.
  - Anne-Laure : Quel est l'objectif que nous poursuivons en publiant cette revue ?
  - Notre objectif c'est de promouvoir les approches coopératives dans une société qui reste marquée par des décisions et des plans d'action venus "d'en haut" et imposés à la base. Nous voulons montrer que pour faire face aux enjeux de la société actuelle, la meilleure méthode c'est d'adopter des approches coopératives pour faire naître, à partir du terrain, des solutions novatrices qui ont un véritable impact
  - Sur le site internet d 'Approche Coopérative, il y a une présentation de nos intentions, un genre de manifeste d 'Approches Coopératives qui explique bien aux lecteurs ce que nous recherchons. Notre cible, c'est tout le monde socio-culturel et socio-éducatif, c 'est -à-dire tout le milieu de l'éducation populaire en France.
  - .Notre public cible, ce sont d'abord les militants associatifs.
  - Et aussi les décideurs politiques. Le numéro sur la santé mentale devrait être envoyé à toutes les institutions qui sont confrontées à ce problème et à tous les ministères et autres personnes dans la sphère politique qui sont concernées par le sujet et qui n 'ont pas forcément toutes ces informations. Avec une revue comme ça, il faut essayer de toucher les politiques, qu 'ils soient locaux, régionaux ou nationaux. Les idées, les expériences partagées dans cette revue, ce serait dommage de ne pas en faire profiter les décideurs qui ont un impact.
  - Si on veut toucher ce public -là, il y a quand même des cibles du type l 'Association des maires de France, l 'Association des régions...
  - C'est aussi pas mal de souffler de nouvelles idées au grand public. Le numéro sur la santé mentale des adolescents, a intéressé pas mal de parents qui ont l'expérience d'adolescents qui ont fait des tentatives de suicide, qui se droguent, etc.

- Notre projet est fondamentalement un projet politique au sens noble du terme, c 'est-à-dire promouvoir la participation des gens à la solution des défis auxquels la société actuelle est confrontée.
- Le partenariat avec les associations est crucial. Le numéro sur le sport a été diffusé à toutes les associations du réseau de l'UCPA qui en outre a commandé 200 exemplaires en format papier. Le numéro sur la cohésion sociale a été diffusé dans tout le réseau des centres sociaux.
- Si on arrive pour chaque numéro à impliquer les institutions, les personnes, les associations qui ont participé au numéro, ça peut déjà être beaucoup. Alors il faut les motiver un peu, parce qu 'il y en a qui vont le faire à moitié.
- Le point clé c'est de parvenir, à partir de là, à susciter des abonnements à la revue. La problématique de tout le monde, de tous les sites internet, de tous les magazines, c 'est de transformer le lecteur de la salle d'attente du médecin qui découvre le magazine en lecteur régulier.
- La revue "Approches Coopératives" ressemble à la revue "Autrement" fondée en 1975 par Henri Douzier. Cette revue publiait des numéros thématiques sur l'école, les loisirs, l'enfance, l'adolescence, la lecture, etc. Henri Douzier, aujourd 'hui, a créé sa propre maison d'édition : *l'atelier Henri Dougier*, qui publie des choses très intéressantes. Peut-être serait-il intéressé par Approches Coopératives. Si nous avions l'appui d 'une maison d 'édition ça pourrait nous aider.
- Le site Web de l'APAC a été connecté par Francis sur la Google Search Console. On peut savoir maintenant qui vient se connecter au site, à quelle fréquence, quelles sont les pages qui sont les plus visitées. On a toutes les statistiques et donc la possibilité de mesurer la progression de notre lectorat et les effets d'une campagne de promotion.

• Conclusion/décision

- A partir de cette discussion, Anne-Laure va proposer quelques éléments pour une stratégie marketing que nous pourrons approfondir au cours d'une prochaine réunion.
- Plusieurs pistes sont à explorer :
  - La poursuite et l'exploitation du partenariat avec le monde associatif
  - Les associations d'élus locaux et régionaux
  - L'association avec un éditeur comme Henri Douzier.
- Anne-Laure et Francis pourront se concerter pour examiner comment les outils de référencement et de statistiques mis en place par Francis peuvent permettre de mesurer l'impact d'une stratégie marketing.

3. La programmation des numéros pour 2026

- **Introduction**
  - La programmation des numéros d'Approches Coopératives est affichée sur le Google Drive de l'APAC et accessible à partir de ce lien : *https://docs.google.com/document/d/1jzA2HP08ww2CwuABG61EGV-l_bCLWOsXKU9FHC7fSdQ/edit?usp=sharing*

- **Prochains numéros**
  - **Le numéro 27** (décembre 2025) portera sur le thème de l'économie sociale dans le monde. Il sera réalisé à partir de la rencontre du Forum Mondial de l 'Economie Sociale qui a lieu à Bordeaux à la fin du mois d 'octobre (*https://bordeauxgsef2025.org/*). D. Lesaffre, M. Tissier et D. Bénard y participeront et recueillerons des contacts et des interviews.
  - **Le numéro 28** (printemps 2026) portera sur le thème de la gouvernance partagée en partenariat avec l'*Université du Nous* : *https://universite-du-nous.org/*. Dominique a eu une réunion avec les responsables de l'UDN qui sont d'accord pour contribuer à la production et à la diffusion de ce numéro.
  - **Le numéro 29** (été 2026) portera sur le thème "un autre tourisme" et sera pris en charge par Patrick Gallaud et Robert Lanquar. Un parttenariat avec une organisation devrait être recherché pour faciliter la production et la diffusion.
  - **Le numéro 30** (automne 2026) portera sur le thème de la Recherche-action en partenariat avec le réseau REPAIRA (*https://repaira.fr/*)
  - **Le numéro 31** (hiver 2026) pourrait porter sur le théâtre populaire en partenariat avec notre ami Richard Amalvy président des Compagnons du Théâtre de castres : *https://www.ladepeche.fr/2024/09/12/art-lyrique-le-nouvel-elan-des-compagnons-du-theatre-12191830.php*