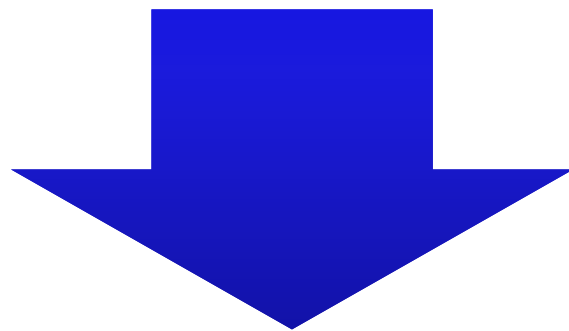


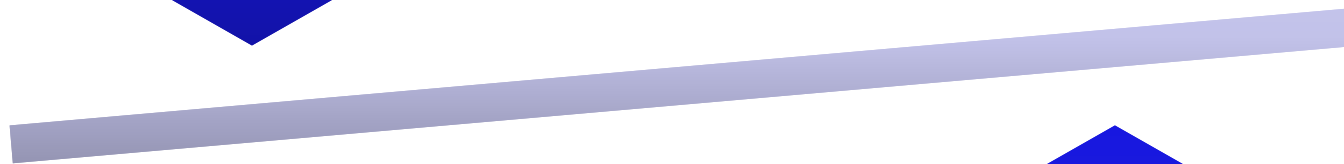
# Des solutions pour développer l'affectio societatis au sein des coopératives d'Hlm



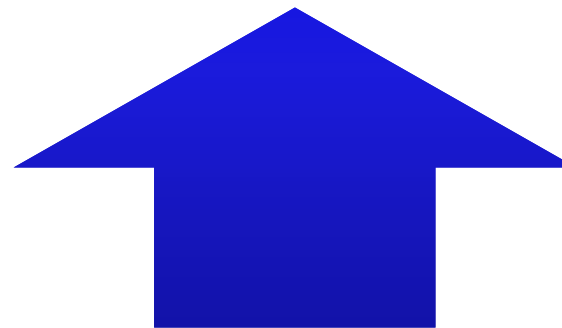
## Une réponse au projet fédéral



Donner plus de sens et plus de visibilité aux liens entre les coopérateurs et les coopératives d'HLM (affectio societatis)



Mieux accueillir les coopérateurs et concevoir avec eux des actions pour développer l'affectio societatis.



# Quelle stratégie adopter ?

- ✓ Trois ambitions
  - ✓ Revendiquer les réussites des coopératives, communiquer par la preuve pour démontrer de facto la spécificité et l'existence du fait coopératif (promotion immobilière, gestion locative, syndic...)
  - ✓ Relier les réussites avec les principes du mouvement coopératif d'HLM, donner du sens à ce qui constitue l'ADN d'une coopérative d'HLM.
  - ✓ Incarner les principes et les valeurs du mouvement coopératif en créant les conditions de l'implication des coopérateurs

# La démarche mise en œuvre



# 1. Le dispositif de communication

## ✓ Un kit de communication :

- ✓ L'abécédaire du coopérateur d'HLM ou les mots ou les messages pour expliquer simplement ce qu'est une coopérative.
- ✓ La charte des coopératives d'HLM ou les principes des coopératives et leur définition.
- ✓ L'almanach des actions coopératives. Exemples d'actions coopératives comme illustrations de chacun des 7 principes des coopératives.
- ✓ Un guide d'utilisation des supports.

## ✓ Des formats et des modalités de partage à définir :

- ✓ Sites internet (fédération, sites des coopératives...)
- ✓ Réseaux sociaux (FB, Twitter...)...

# Kit de com'

## L'abécédaire du coopérateur

- A**, comme autrement. Nous ne cherchons pas à tout prix à vendre, à louer un logement ou à gérer vos biens. Nous voulons répondre à vos besoins de logement et vous accompagner dans votre réflexion.
- B**, comme bienveillant. En poussant la porte d'une coopérative d'HLM, vous êtes écouté. Tout sera mis en œuvre pour trouver une solution à votre projet immobilier.
- C**, comme coopérateur et confiance. Dans une coopérative, nous parions tous les jours sur la réussite de projets individuels ou collectifs.  
Pour nous, vous n'êtes pas seulement un client, vous êtes aussi notre associé. Etre coopérateur, ce n'est pas seulement acheter une part sociale. C'est participer aux décisions, c'est donner votre point de vue et être entendu.
- D**, comme durable. Une fois votre logement acheté ou loué, la relation continue. Vous pouvez à l'amélioration de nos projets en partageant votre expérience.
- E**, comme écoute et engagement. Est-il nécessaire de le rappeler ? Votre avis nous importe. Nous nous engageons à vos côtés et vous vous engagez dans l'aventure coopérative.
- F**, comme faire ensemble. La coopération, c'est vous et nous.
- G**, comme garantie et gestion (sociale et solidaire). Nous nous engageons à construire et à gérer des logements de qualité dans le respect des valeurs coopératives.
- H**, comme humain et habiter ensemble. Nous ne bâtissons pas et ne gérons pas seulement des projets. La coopérative d'HLM est avant tout une aventure humaine où chaque coopérateur a un rôle à jouer pour mieux vivre ensemble.
- I**, comme implication et innovation. En devenant coopérateur, vous êtes bien sûr notre client, mais vous devenez aussi notre associé. Ensemble, nous recherchons des solutions pour aller plus loin.
- J**, comme justice sociale et jamais sans vous. C'est notre conviction. En devenant coopérateur, vous nous aidez à atteindre cette ambition.
- K**, comme kilowatt. Tous nos projets immobiliers sont conçus pour lutter contre la précarité énergétique.
- L**, comme liberté. Etre coopérateur, c'est être libre de faire entendre sa voix et de s'impliquer. C'est aussi être libre de vendre votre part sociale (même si nous le regretterions).

# La charte des coopératives

<b>Démocratie</b>	Coopérateur ou associé, chacun participe aux décisions de l'assemblée générale. Les dirigeants sont élus démocratiquement par les membres de la coopérative.
<b>Solidarité</b>	Les coopératives sont solidaires entre elles. Chacune d'elles met en œuvre et propose à ses membres des solutions d'habitat socialement responsable.
<b>Responsabilité</b>	Coopérateur ou associé, chacun est responsable du bon fonctionnement de la coopérative.
<b>Service</b>	La coopérative tient compte de la situation économique et sociale de ses membres pour leur proposer des services, des conseils et des produits adaptés.
<b>Proximité</b>	La coopérative contribue au développement régional et à l'ancrage local.
<b>Transparence</b>	Coopérateurs et associés sont informés de la vie et de la situation de la coopérative. Les membres et les élus bénéficient des formations nécessaires pour développer une réelle pratique de la démocratie.
<b>Pérennité</b>	Dans une recherche constante d'innovation, la coopérative investit au service des générations présentes et futures.

## 2. Démarche pour impliquer les coopérateurs

- ✓ Une formation spécifique des salariés des coopératives pour impliquer davantage les coopérateurs et en faire des coopérateurs-acteurs



### 3. Des modalités de partage à définir

- ✓ Sites internet (fédération, sites des coopératives ...)
- ✓ Réseaux sociaux (FB, twitter...)
- ✓ L'implication possible de la fédération : fédérer, animer un réseau de salariés des coopératives ...

# Le diagnostic

Une image très positive des produits et des prestations fournis par les coopératives d'HLM

## Coopérative, coopérateur ?

- ✓ Les entretiens téléphoniques et les rencontres avec les différents acteurs mettent cependant en évidence le déficit de notoriété des coopératives d'HLM, en tant que telles.
- ✓ Locataires, accédants à la propriété ou propriétaires **choisissent avant tout un logement.**
- ✓ Ils n'ont pas d'idée de ce que pourrait être leur rôle de coopérateur.

## Développer l'affectio societatis : une quête impossible ?

- ✓ Le terme « affectio societatis » est manié quotidiennement par les avocats en droit des sociétés civiles ou commerciales.
- ✓ Il désigne l'élément intentionnel indispensable à la formation du lien qui unit les personnes qui ont décidé de participer à une société.
- ✓ Il existe ou pas, d'un point de vue juridique. En revanche, il est sans doute possible de développer une prise de conscience de son existence.



# Forces et faiblesses

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"><li>• L'image positive des organismes, leur capital sympathie, leur dynamisme.</li><li>• Les valeurs humaines, de générosité, de partage et de solidarité.</li><li>• Le caractère social, l'utilité de l'offre de logements, la mission de service public.</li><li>• Une façon différente d'envisager la vente.</li><li>• Le professionnalisme des salariés.</li><li>• La qualité des logements produits.</li><li>• L'engagement des coopératives dans la réussite et l'aboutissement des projets.</li><li>• L'image positive des coopérateurs (ouverts, conviviaux, confiants...)</li><li>• Le rôle de poil à gratter joué par certains des coopérateurs.</li><li>• La durée des projets de construction (pour le temps de gestation et d'appropriation).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Le déficit d'image de la coopérative d'HLM (en tant que coopérative) : on ne voit pas clairement ce qui distingue les coopératives d'autres promoteurs ou bailleurs.</li><li>• Le statut, le rôle ou la place d'un coopérateur reste opaque.</li><li>• La dimension « coopérative », l'implication au quotidien des coopérateurs est quasi inexistante (dans les entretiens et dans l'image évoquée).</li><li>• Le projet de logement prime sur le choix d'entrer dans une coopérative.</li><li>• Les relations entre les habitants (coopérateurs) ne sont pas toujours au beau fixe (certains évoquent des comportements autoritaires, agressifs ou bruyants).</li><li>• La communication écrite (« la paperasse ») ne semble pas toujours bien perçue.</li></ul>

# Bilan d'image

Une image très positive de la coopérative d'HLM.

Une fois dans leurs murs ou une fois devenus salariés d'une coopérative, les acteurs mettent l'accent sur :

Les valeurs humaines (solidarité, générosité...), de la convivialité



L'engagement pour la réussite et l'aboutissement des projets.

La mission de service public

La compétence des équipes

L'esprit d'équipe, la combinaison de profils différents

La beauté des produits

Un secteur en mouvement.

# Bilan d'image

Un coopérateur « normal » qui partage le quotidien et la culture de la classe moyenne française et apprécie son logement.

La convivialité, le caractère sympathique et chaleureux.

Un goût pour des choses simples et de proximité (la nature, les animaux, vêtements...)

Les profils différents (jeune, vieux, sportif ou pas...)

**Monsieur  
TOUT-LE-MONDE**



L'ancrage local (il ou elle aime les produits de son terroir...)

La curiosité et l'écoute, l'intérêt pour ce qui se passe ailleurs

Une cohabitation pas toujours facile (dispute, chamailleries...)

Un goût pour la liberté