



1^{ER} OPÉRATEUR D'INTÉRÊT GÉNÉRAL EN FRANCE
LANCE LA CAMPAGNE

MOINS DE DONNÉES, PLUS DE POUVOIRS

Face à l'opacité du marché du numérique et ses impacts négatifs grandissants sur l'environnement, TeleCoop, 1er opérateur télécom coopératif en France avec une vision écologique, transparente et citoyenne du numérique, lance une campagne radicale et positive baptisée « Moins de données, plus de pouvoirs » pour inciter les consommateurs à reprendre en main leur consommation mobile et encourager la sobriété numérique.

DOSSIER DE PRESSE,
OCTOBRE 2023

Contact Presse L'Agence RUP
Pascal Hayter 06 83 55 97 91 | pascale.hayter@lagencerup.fr

TELECOOP
telecoop.fr



Sommaire

03

ÉDITORIAL

04

POUR UN NUMÉRIQUE TRANSPARENT, ÉCOLOGIQUE ET CITOYEN

L'impact environnemental du numérique en France et dans le monde

Le numérique, un secteur à repenser

Le bullshit du tout illimité

07

LA DONNÉE NUMÉRIQUE : DE QUOI PARLE-T-ON ?

Comprendre avant tout, un préalable pour agir

Comment limiter sa consommation mobile pour diminuer son empreinte écologique

08

LA CAMPAGNE « MOINS DE DONNÉES, PLUS DE POUVOIRS »

Une campagne radicale, optimiste et inspirante pour reprendre en main son usage du numérique

Une campagne pour challenger le secteur du numérique

Une campagne pour contribuer au changement d'échelle de TeleCoop

10

TELECOOP, LE 1^{ER} OPÉRATEUR MOBILE COOPÉRATIF

Un opérateur engagé dans la transition écologique et sociale

13 propositions pour construire une plus grande résilience numérique et un modèle d'opérateur télécom responsable.

Une offre mobile sans engagement, responsable et performante

Pour les particuliers : le forfait Sobriété et le forfait Transition

Pour les professionnels : le forfait Sobriété Pro et le forfait Transition Pro

Comment ça marche ?

Un service mobile performant basé sur le réseau mobile 4G d'Orange, 1er réseau en France

Un service client réactif et basé en France

Un modèle coopératif au service de l'intérêt collectif

Les Licoornes : une alliance inédite

Éditorial



L'impact environnemental du numérique est aussi monumental qu'invisible.

Monumental, car l'empreinte écologique mondiale du numérique dépasse déjà l'empreinte totale de la France. En 2019, le numérique représentait déjà 4%¹ des émissions de CO₂, ce chiffre pourrait passer à 8%² d'ici 2025.

Invisible, car en dépit des enjeux écologiques qui imposent de faire évoluer nos usages, les opérateurs nous incitent à changer de smartphone toujours plus souvent et à consommer toujours plus de données mobiles en nous donnant l'impression que le numérique est immatériel et qu'il n'a par conséquent que peu d'impacts négatifs. Pourtant, 80%³ de l'empreinte environnementale du numérique est concentrée sur la phase de fabrication de nos équipements. Le numérique est donc tout à fait physique.

Selon le Baromètre du numérique 2019 (ARCEP), 69% des Français souhaitent modérer leurs usages du numérique. Mais comment agir face aux mastodontes des télécoms motivés exclusivement par le profit ?

Comment agir face à ces entreprises qui nous entraînent dans une fuite en avant en nous incitant à consommer toujours plus et en alimentant l'illusion d'un numérique immatériel et illimité ? Comment s'y retrouver sur un marché opaque avec des opérateurs surpuissants manquant de transparence ?

C'est face à ce constat que nous avons fondé en 2020 TeleCoop, le premier opérateur coopératif en France avec une vision transparente, écologique et citoyenne du numérique.

Et c'est dans cette même perspective et avec cette même conviction que nous lançons fin septembre la campagne « Moins de données, plus de pouvoirs ».

Résolument radicale et interpellante, cette campagne est aussi positive et inspirante, son objectif étant d'une part, d'inciter les consommateurs, qu'il s'agisse de particuliers ou de personnes morales, à reprendre en main leur consommation mobile et d'autre part, d'encourager la sobriété numérique. En effet, en consommant moins de données mobiles, on impacte certes moins notre environnement mais surtout on passe moins de temps sur son smartphone et on donne moins de données nous concernant aux géants du secteur. En somme, on reprend le pouvoir.

De plus, en choisissant un opérateur coopératif et engagé, on soutient un modèle alternatif transparent au service de l'intérêt collectif et de la transition écologique de son secteur.

Cette campagne qui va courir jusqu'à la fin du mois de décembre, est aussi, compte tenu de la nature de notre projet, une invitation à nous aider à changer d'échelle. Nous espérons donc que de nombreuses personnes physiques et morales feront le choix de la sobriété, de la transparence et de l'éthique en devenant clients de TeleCoop et/ou sociétaires de la coopérative.

Marion GRAEFFLY, Directrice Générale et toute l'équipe de TeleCoop



¹ ² D'après le Shift Project – Rapport « Pour une sobriété numérique » – 2019

³ Ademe – 2022 – Rapport « NUMERIQUE RESPONSABLE : ET SI NOUS ADOPTIONS LES BONS RÉFLEXES ? »

Pour un numérique transparent écologique et citoyen

L'impact environnemental du numérique en France et dans le monde.

L'essor du numérique est rapide et son impact néfaste l'est d'autant plus. Le numérique est pourtant présenté comme une solution pour décarboner notre économie notamment en se substituant à certains usages polluants comme les transports.

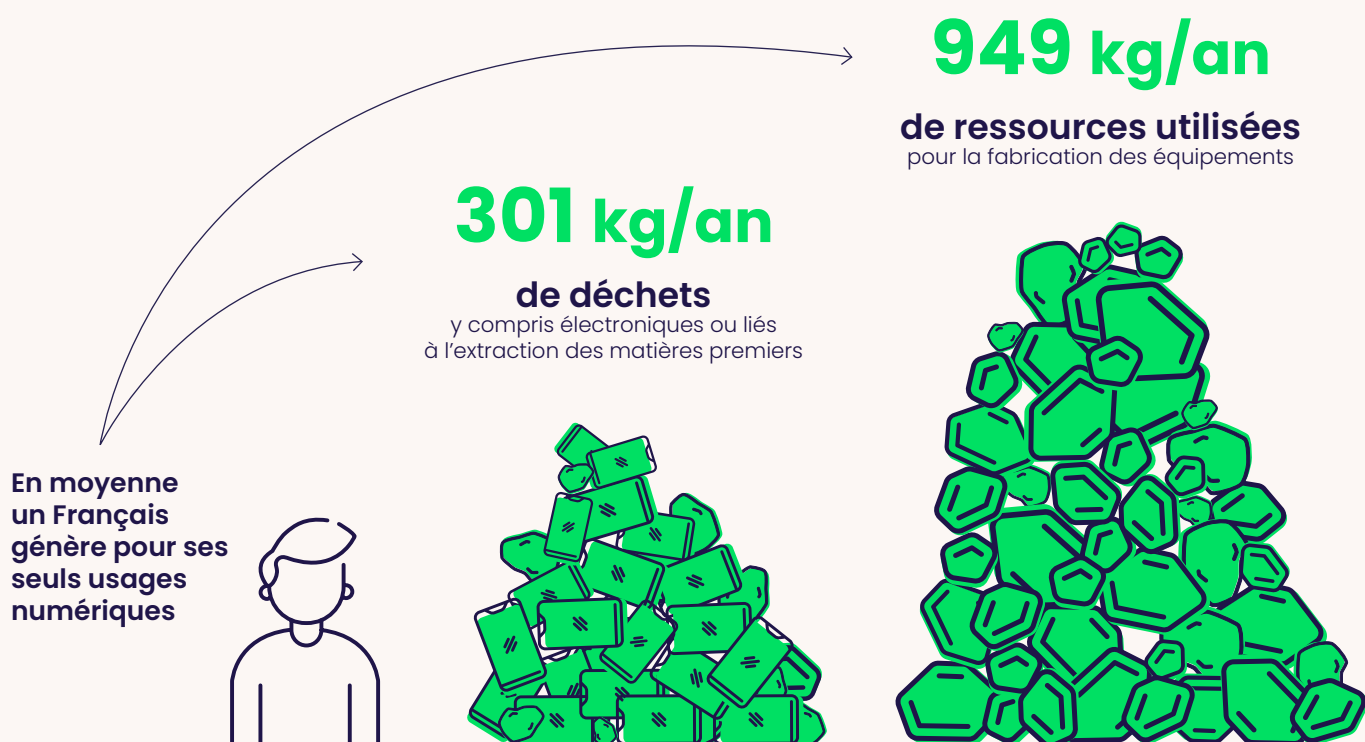
Alors que les émissions de gaz à effet de serre avaient atteint un nouveau record à 55 milliards de tonnes CO₂⁴ en 2021, les émissions de GES liées au numérique continue d'augmenter.

Et la France n'est pas en reste.

En 2020, l'empreinte carbone générée par un an de consommation de biens et services numériques en France représente 2,5 %⁵ de l'empreinte carbone nationale, soit 17,2 Mt CO₂éq.

Les terminaux représentent 79 %⁶ de l'empreinte carbone du numérique, les centres de données 16 %⁷ et les réseaux 5 %⁸.

Outre l'empreinte carbone, l'épuisement des ressources abiotiques (minéraux & métaux) ressort comme un critère pertinent pour décrire l'impact environnemental du numérique. La question est tout aussi critique sur la question énergétique puisque à l'heure actuelle, 10 %⁹ de la consommation électrique française est liée aux services numériques.



⁴ Le Monde - Le réchauffement planétaire s'accroît à un rythme sans précédent ([lemonde.fr](https://www.lemonde.fr))

^{5 6 7 8 9} Impact Environnemental du Numérique en 2030 et 2050 - Ademe-ARCEP 2023

* comprenant ressources abiotiques (matériaux, énergie fossile...), biomasse, déplacements de terre et l'eau

En France, à l'horizon 2030, si rien n'est fait pour réduire l'empreinte environnementale du numérique et que les usages continuent de progresser au rythme actuel, le trafic de données serait multiplié par 6 et le nombre d'équipements serait supérieur de près de 65 % en 2030 par rapport à 2020, notamment du fait de l'essor des objets connectés.

Il en résulterait des augmentations, entre 2020 et 2030¹⁰ :

+45% env

DE L'EMPREINTE CARBONE DU NUMÉRIQUE EN FRANCE.

Pour atteindre 25 Mt CO₂eq

+14%

DE LA CONSOMMATION DE RESSOURCES ABIOTIQUES

Métaux et minéraux

+5%

DE LA CONSOMMATION ÉLECTRIQUE FINALE EN PHASE D'USAGE

Pour atteindre 54 TWh par an

Le numérique, un secteur à repenser

Communiquer est un besoin essentiel qui permet de "faire société" en renforçant les liens à l'échelle locale et entre les territoires, nations et cultures. Dans ce domaine, le numérique est devenu omniprésent, et la ressource numérique, considérée à tort comme abondante et illimitée, est épuisable et non renouvelable. Elle devrait donc être gérée collectivement et démocratiquement comme un bien commun.

Pas si simple compte tenu des acteurs en présence et des enjeux. Le monde du numérique est en effet dominé par des acteurs mondialisés pour qui le profit, la croissance et l'accumulation des richesses prennent le dessus sur l'écologie et le bien-être de l'humanité. Le secteur des télécoms, porte d'entrée vers le numérique n'est pas en reste. En France, il a été ces dernières dizaines d'années le théâtre d'une véritable casse sociale, le cas de SFR¹¹ étant probablement le cas le plus criant. En 2017, avec l'arrivée de Drahi

aux commandes, le groupe organise la plus grosse suppression de postes jusqu'alors en France - 5000 postes supprimés soit un tiers de l'effectif. Enfin, les clients sont relégués au rang de simples consommateurs, poussés à la surconsommation par des campagnes marketing agressives et souffrant d'un service client impersonnel dont l'objectif n'est que d'inciter à l'achat.



¹⁰ Impact Environnemental du Numérique en 2030 et 2050 - Ademe-ARCEP 2023

¹¹ Voir l'enquête Les Jours - Drahi et SFR, le plan D (lesjours.fr)

Pourtant, 74%¹² des Français souhaiteraient plus d'informations sur l'impact environnemental et sociétal des produits qu'ils achètent. Force est de constater que dans l'univers du numérique, on est loin du compte, et les entreprises des télécoms et du numérique restent opaques sur leurs prix, leurs offres commerciales, leurs méthodes de fidélisation, les parcours client qu'elles proposent, la façon de les contacter, de résilier... sans parler de leur impact environnemental.

A cela s'ajoutent des pouvoirs publics dont l'action se révèle très faible sur le sujet voire inexistante. D'ailleurs le numérique ne semble être qu'un enjeu économique en témoigne le rattachement du ministère délégué chargé du numérique à Bercy.

Aussi est-il urgent et essentiel de penser un numérique transparent, écologique et au service des citoyens en mettant en lumière les manquements et responsabilités des acteurs des télécoms et en accompagnant les consommateurs vers la sobriété numérique.



LE « BULLSHIT » DU TOUT NUMÉRIQUE

C'est un fait, le numérique est tout à fait omniprésent dans nos vies. Il suffit d'entrer dans un bus, une salle d'attente ou une rame de métro pour voir tout le monde, tête baissée, absorbé par son mobile et en particulier par les réseaux sociaux, un secteur où les entreprises qui le dominant rivalisent d'ingéniosité pour nous rendre captifs. Dernière trouvaille en date, la possibilité de consulter une multitude de vidéos courtes et addictives qui donnent l'impression d'un monde parallèle sans fin.

Pourtant ce monde dans lequel nous passons de plus en plus de temps (les Français passent en moyenne 52 minutes sur les réseaux sociaux, 2 heures 19¹³ chez les 15-24 ans), ne nous est pas franchement bénéfique. D'après des documents internes à l'entreprise révélés par le Monde en 2021, « Un adolescent sur cinq dit qu'Instagram nuit à son estime de soi ». A cela s'ajoute le cyberharcèlement. Dans une étude de 2021 reprise par le site BercyNumérique, 17% des jeunes âgés entre 16 et 25 ans ont déjà été cyberharcelés et pour 58% d'entre eux par des inconnus.

La donnée mobile : de quoi parle-t-on ?

Comprendre avant tout, un préalable pour agir

Les données mobiles correspondent aux informations échangées entre votre smartphone et l'extérieur via internet. Ces données transitent par l'intermédiaire d'un opérateur télécom. La quantité de données mobiles est comptabilisée en Gigaoctet (Go) ou Megaoctet (Mo) lorsque vous souscrivez à une offre de forfait mobile.

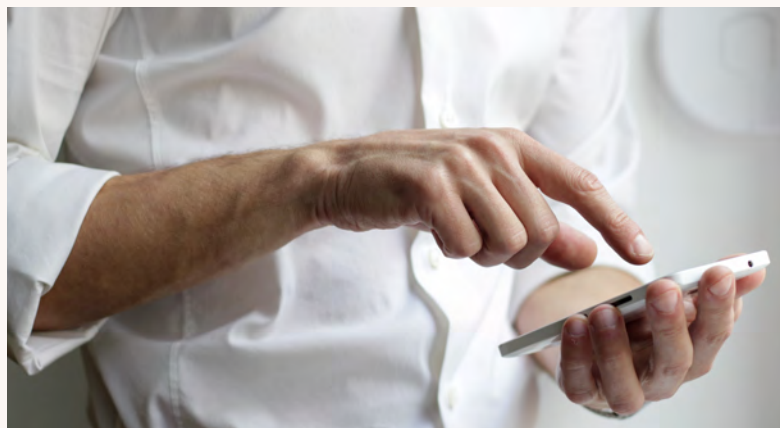
En France, la consommation de données mobiles par personne ne cesse d'augmenter. Au 3^{ème} trimestre 2022, chaque Français consommait en 4G environ 14,3Go¹⁵ par mois soit + 2,1 Go en un an. Cette augmentation régulière et importante est à la fois le signe que nous utilisons de plus en plus notre mobile mais aussi que les usages changent. Par exemple, la consommation de vidéos sur mobile – c'est ce type de consommation qui est la plus gourmande en données mobile – se développe rapidement.

Comment limiter sa consommation mobile

Que peut-on faire avec 1 Giga de données mobiles par mois ?

On peut faire beaucoup de choses avec un Giga de données mobiles... Du moment que l'on consomme peu de vidéos !

- Envoyer 100 000 emails (sans compter les pièces jointes)
- Charger 10 000 pages web, sans vidéo ou image
- Utilisation une application GPS (Google Maps, Waze...) pendant 650 heures



- Échanger via messagerie instantanée pendant 500 heures
- Naviguer sur internet pendant environ 80 heures
- Écouter de la musique ou un podcast audio en streaming pendant 20 heures via Spotify par exemple

Mais seulement

- Regarder une vidéo en streaming pendant 1 heure via une plateforme de streaming (en qualité standard) par exemple.

Reprendre en main sa consommation mobile, c'est facile !

1. Utiliser le wifi plutôt que la 4G dès que c'est possible
2. Limiter la consommation de contenus en streaming (vidéo et audio). Le visionnage de vidéo représente 80% du trafic internet annuel.
3. Télécharger en amont les contenus vidéo et audio pour les consulter en itinérance

[Un guide complet pour aller plus loin](#)



La campagne «moins de données, plus de pouvoirs»

Une campagne radicale, optimiste et inspirante pour reprendre en main son usage numérique

Lancée en octobre 2023, la campagne « Moins de données, plus de pouvoirs » va s'étaler jusqu'à la fin du mois de décembre. Elle a pour objectif d'inciter les consommateurs - particuliers et professionnels - à reprendre la main sur leurs usages numériques.

À l'heure du numérique illimité, nous subissons malgré nous le diktat des mastodontes des télécoms. Il est néanmoins possible de choisir une autre voie, alternative à celle des grands groupes : la voie de la sobriété numérique et de la reprise en main de son usage numérique qui s'appuie sur l'idée inspirante du "less is more".

La campagne est donc une incitation à consommer moins de données pour acquérir plus de pouvoirs avec une approche positive et légère : consommer moins de données car pourquoi s'encombrer de données inutiles, faire un choix éclairé en œuvrant pour un numérique d'avenir, ne plus être un abonné lambda mais passeur du numérique éthique et responsable...

Une campagne pour challenger le secteur du numérique

« En tant qu'opérateur d'intérêt général, il nous semble crucial de faire évoluer le secteur dans le bon sens. En effet, les impacts négatifs du dérèglement climatique n'attendront pas que TeleCoop devienne le premier opérateur télécom du marché. Il nous faut donc agir vite.

C'est pourquoi l'objectif est de faire évoluer rapidement notre écosystème en démontrant qu'il est possible de bâtir un modèle économique d'opérateur télécom rentable au service de la sobriété.

C'est en cela que nous sommes un opérateur télécom différent. Nous avons besoin de grandir certes mais pas pour générer le plus de chiffre d'affaire possible ou pour rémunérer du mieux possible nos actionnaires mais simplement pour porter une voix différente au service de la transition écologique et sociale dans notre secteur d'activité. »

Marion Graeffly, Directrice générale de TeleCoop

Une campagne pour contribuer au changement d'échelle de TeleCoop

La campagne est également une incitation pour les abonnés de TeleCoop et pour tous les citoyens à s'investir durablement dans la coopérative en devenant sociétaires de TeleCoop. En achetant des parts sociales, ils pourront participer pleinement aux décisions importantes et stratégiques de la structure

tout en consolidant financièrement l'entreprise qui est la leur.

Faire le choix de confier son argent à TeleCoop c'est faire le choix de financer une initiative concrète et durable au service de la transition écologique et solidaire d'un secteur d'activité qui n'a pas pour le moment pris le pas du changement qui s'impose à nous.

Vous soutenez aussi une entreprise qui a déjà prouvé après 2 ans d'existence sa solidité, son attractivité et son impact environnemental et sociétal. Vous rejoignez ainsi une structure qui ne demande qu'à changer d'échelle et qui pour cela a besoin de votre soutien.

Pour cela, TeleCoop propose au grand public de souscrire des parts sociales (titres émis par l'entreprise, non rémunérés et ouvrant à un droit de vote à l'Assemblée Générale sur le principe d'une personne est égale à une voix) couplées à des titres participatifs (rémunérées 5% par an pendant 7 ans).

Chaque sociétaire est susceptible, en fonction de sa situation fiscale, de bénéficier d'une réduction d'impôt à hauteur de 25% des sommes investies depuis le 12 mars 2023 (date de la publication officielle du décret).



TeleCoop, le 1^{er} opérateur mobile coopératif

Un opérateur engagé dans la transition écologique et sociale

Fondé par des citoyens soucieux des questions écologiques et sociales, TeleCoop est devenu en moins de 3 ans un opérateur mobile unique dans l'univers du numérique.

L'objectif premier de TeleCoop est d'offrir un accès pour tous à un numérique qui défend l'intérêt collectif. Pour rendre cela possible, la coopérative s'est fixée pour mission dès le lancement de son activité, de révéler les coûts dissimulés du numérique et de redonner du pouvoir aux consommateurs afin qu'ils puissent reprendre en main leur consommation mobile. Les offres proposées par TeleCoop n'ont rien à cacher et poussent vraiment à moins consommer.

À ce jour,
TeleCoop
compte près
de 7 500
abonnés
et 1 300
sociétaires.

82%

DES CLIENTS DÉCLARENT AVOIR RÉUSSI À BAISSER LEUR CONSOMMATION GRÂCE À TELECOOP

Enquête de Mars 2023 sur 1 000 répondants.

13 PROPOSITIONS POUR CONSTRUIRE UNE PLUS GRANDE RÉSILIENCE NUMÉRIQUE ET UN MODÈLE D'OPÉRATEUR TÉLÉCOM RESPONSABLE.

AXE 1 Transparence

1. Rendre transparent les coûts environnementaux cachés du numérique.
2. Rendre transparent les coûts sociaux cachés du numérique.
3. Rendre transparent les coûts cachés des télécoms.
4. Ancrer la démarche de sobriété numérique.

AXE 2 Empreinte environnementale

5. Faire de l'éco-conception des produits et des services numériques la norme.
6. Le smartphone responsable est celui qu'on a déjà.
7. Protéger le consommateur, c'est protéger la planète.

AXE 3 Partage du pouvoir et de la richesse

8. Associer les opérateurs de demain aux « ouvriers du 21ème siècle » dans une mission d'intérêt collectif.
9. S'engager dans une vision de la répartition des richesses au service du bien commun.
10. S'engager pour développer un ancrage territorial des activités économiques.
11. Inclure les bénéficiaires dans la transition écologique grâce à des offres solidaires.
12. Construire un numérique inclusif
13. Œuvrer pour un numérique en commun.

[Retrouvez nos propositions ici](#)

Une offre mobile sans engagement, responsable et performante

Conservez votre numéro

TeleCoop s'occupe de la conservation de votre numéro et de la résiliation de votre ancien contrat. Pour cela indiquez au moment de votre souscription votre code RIO disponible en composant le 3179 depuis votre mobile.

Valorisez la sobriété numérique

Dites nous à la surconsommation du numérique. TeleCoop vous encourage à reprendre la main sur vos usages mobiles et sur votre temps d'écran.

Adoptez une démarche éthique

En tant que coopérative, TeleCoop est une entreprise de l'Économie Sociale et Solidaire. Vous soutenez l'emploi local et la création de valeur en France.

Pour les particuliers : le forfait Sobriété et le forfait Transition

Le forfait Transition

Une offre mobile qui inclut 20 gigas de données mobiles et encourage à conserver son téléphone mobile le plus longtemps possible.

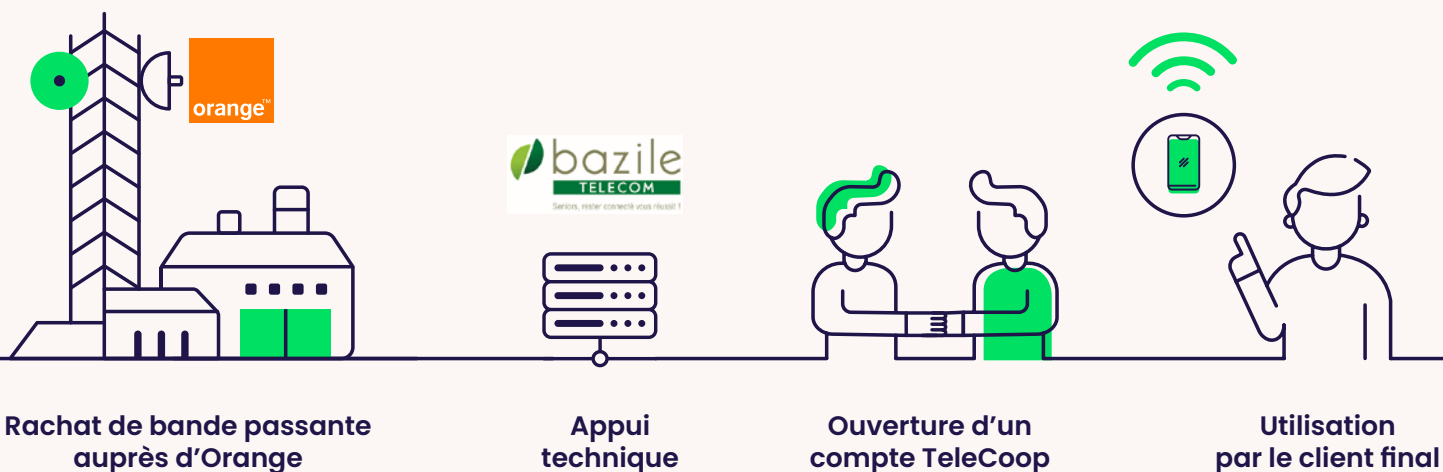
Le forfait Sobriété

Une offre dont la facture dépend de votre consommation réelle. Moins on consomme, moins c'est cher.

Comment ça marche ?

Un service mobile performant basé sur le réseau mobile 4G d'Orange, 1^{er} réseau en France

- Profitez du 1^{er} réseau mobile 4G (Orange)
- Bénéficiez d'un accompagnement par un service client basé en France
- Conservez votre numéro
- Obtenez un espace personnel dédié



POUR LES PARTICULIERS

FORFAIT TRANSITION

Pour vous accompagner vers la sobriété numérique.

20€ TTC /mois
20 Go inclus

- ✓ **Appels et SMS inclus** en France Métropolitaine
- ✓ **20 Go inclus** en France Métropolitaine et dans l'UE
- ✓ **+ 2€ /Go** de données mobiles additionnelles entamé,
- ✓ **1 heure d'appel** depuis et vers l'UE et la Suisse
- ✓ **Aide financière à la réparation de votre mobile** d'une valeur de 30€ par an
- ✓ **Sans engagement**

FORFAIT SOBRIÉTÉ

Pour reprendre en main votre consommation mobile.

10€ TTC /mois
+2€ TTC /Go

- ✓ **Appels et SMS inclus** en France Métropolitaine
- ✓ **100 Mo inclus**
- ✓ Facturation de vos données mobiles en fonction de votre consommation réelle : **2€ /Go entamé,**
- ✓ **Option de dépannage** : jusqu'à 5 Go de données mobiles inclus 2 fois/an,
- ✓ **1 heure d'appel** depuis et vers l'UE et la Suisse
- ✓ **Sans engagement**

POUR LES ENTREPRISES

FORFAIT TRANSITION PRO

Un forfait pour une transition vers un usage réfléchi.

20€ HT /mois
9 Go inclus

- ✓ **Appels et SMS inclus** en France Métropolitaine
- ✓ **9 Go** de données mobiles inclus,
- ✓ Facturation de vos données mobiles en fonction de votre consommation réelle : **1,7 € HT/Go supplémentaire entamé,**
- ✓ **Sans engagement**

FORFAIT SOBRIÉTÉ PRO

Un forfait économique et en fonction de votre consommation réelle.

10€ HT /mois
+1,7€ HT /Go

- ✓ **Appels et SMS inclus** en France Métropolitaine
- ✓ Facturation de vos données mobiles en fonction de votre consommation réelle : **1,7 € HT/Go entamé,**
- ✓ **Sans engagement**

Un service client réactif et basé en France



Des interlocuteurs dédiés directement accessibles par téléphone, chat ou email.



Un service client pour vous accompagner et non pour vous vendre de nouveaux produits.



Pas de robot, de chat automatisé ou de standard - un humain vous répond directement.



Un service client basé en France pour créer de l'emploi local.

Des services innovants pour l'avenir de la coopérative

Chaque Français doit pouvoir garder son mobile plus longtemps.

2024

TeleCoop développe une offre pour permettre à tous de garder son mobile le plus longtemps possible

Chaque Français doit pouvoir bénéficier d'une offre d'accès à internet performante, simple et qui accompagne ses clients.

TeleCoop développe une offre de box à internet coopérative

2025

Un modèle coopératif au service de l'intérêt collectif

TeleCoop est un opérateur télécom coopératif et plus particulièrement une SCIC (société coopérative d'intérêt collectif). Concrètement TeleCoop appartient à ses sociétaires qui sont parties prenantes des décisions importantes et stratégiques de la coopérative. Ils participent à la gouvernance de la coopérative et votent lors des assemblées générales sur le principe d'une personne = une voix.

Ce statut garantit une action sur le long-terme et également le principe de lucrativité limitée de la structure: la coopérative se développe en premier lieu pour servir ses objectifs environnementaux et sociaux.



« Le statut de coopérative confère à TeleCoop une indépendance forte et une action dans la durée. Il nous permet aussi de participer activement à la transformation du secteur des télécoms en nous donnant une voix décisive dans les instances des télécoms et de la transition écologique et sociale. »

Pierre PAQUOT,
Président de TeleCoop France

POURQUOI ÊTRE SOCIÉTAIRE DE TÉLÉCOOP ?

Être sociétaire de TeleCoop, c'est :

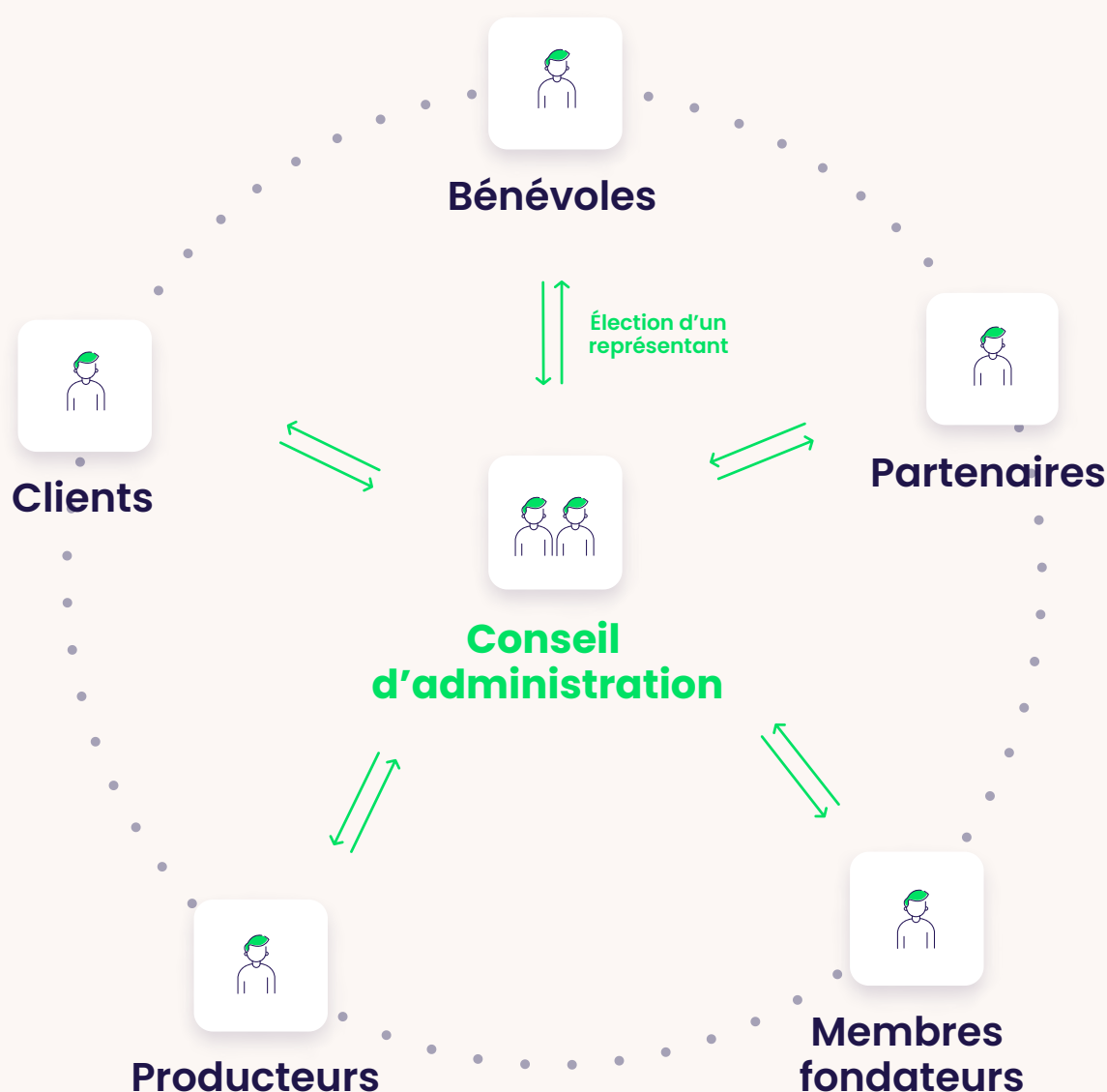
- Participer à la construction d'un opérateur télécom qui vous ressemble en prenant part aux décisions stratégiques de l'entreprise.
- Contribuer financièrement au développement de TeleCoop, société coopérative d'intérêt collectif (SCIC).
- Donner du sens à votre argent et contribuer à créer des emplois durables en France au service de l'impact environnemental et social.
- Rejoindre une communauté de personnes engagées à diffuser la transition écologique et sociale au cœur du numérique.

QUELLES SONT LES VALEURS DE TELECOOP ?

Notre action est portée par des valeurs et principes coopératifs :

- La lucrativité limitée : l'action de TeleCoop n'est pas guidée par le profit mais par l'impact environnemental et social.
- La promotion d'un usage responsable et écologique du numérique.
- La gestion éthique des salariés, la limitation des écarts de salaires et l'égalité femme-homme.
- La gouvernance partagée entre abonnés, salariés, et acteurs de l'ESS.
- La lutte contre la précarité numérique.
- La promotion du libre, de l'open-source, du low tech et le respect de la vie privée.

5 catégories de sociétaires



Chacun, particulier ou organisation, abonné ou investisseur souhaitant mettre son argent dans un projet "éthique" peut devenir sociétaire en achetant une ou plusieurs parts sociales. Une part sociale vaut 100€. Il intégrera l'une des 5 catégories de sociétaires : clients, bénévoles, partenaires, salariés et membres fondateurs. Chaque catégorie est représentée par un membre au sein du conseil d'administration. En investissant dans la coopérative, sous réserve que sa situation fiscale personnelle le permette, le sociétaire pourra bénéficier d'une réduction d'impôt à hauteur de 25% depuis le 12 mars 2023 (date de la publication officielle du décret).



Les Licoornes une alliance inédite

TeleCoop est membre des Li-
coornes, un collectif réunissant
13 sociétés coopératives d'intérêt
collectif (SCIC) : les premières
Citiz, Commown, Coop Circuits,
Enercoop, Label Emmaüs, Mobi-
coop, la Nef, Railcoop et TeleCoop,
viennent d'être rejointes par Bio-
coop, Windcoop, Ethikdo et Tënk.

Leurs offres respectives visent à
proposer à toutes et tous, par-
ticuliers et organisations, des
solutions fiables, écologiques et
éthiques dans les secteurs clés de
la consommation.

Leur projet commun – en tant que
SCIC – est celui de transformer
radicalement l'économie en étant
présentes sur chacun des secteurs
de notre économie.



TeleCòop
L'OPÉRATEUR D'INTÉRÊT GÉNÉRAL

telecoop.fr