

Dossier de presse

Dossier de presse



Pop-Korn démocratise la communication

On connaissait déjà le commerce équitable, le tourisme équitable... Deux jeunes Brestois, Cédric Bescond et Nolwenn Yven, viennent d'inventer la communication équitable. Début janvier, ils ont ouvert, dans le quartier Saint-Martin, l'agence alternative Pop-Korn.

Par conviction, ils ont développé un concept humain et solidaire, mais surtout économiquement viable. « Nous sommes partis du constat que tout le monde n'avait pas accès à la communication. Nous avons l'impression que les campagnes dépendaient plus des moyens de la structure que de l'importance du message qu'elle avait à faire passer. Nous voulions y remédier », explique Nolwenn Yven.

Concrètement, il s'agit désormais pour les deux associés de fournir exactement la même offre qu'une agence de communication classique : conseil en stratégie, réalisation de supports (affiches, vidéos)... La particularité, c'est que pour certains clients, les moins aisés financièrement, une partie de la prestation peut être payée en « crédits pop » : une nouvelle monnaie inventée par les membres de l'agence. « Ce système permet aux personnes de nous rembourser en nous donnant des ressources, images et matériel notamment, dont nous pourrions nous resservir plus tard. Le principe, c'est que le client devienne fournisseur. Il a forcément une compétence qui peut nous intéresser », détaille Nolwenn Yven. Par exemple, un photographe

indépendant qui a peu de moyens mais qui souhaite communiquer sur son travail peut faire appel à Pop-Korn. Il paiera la moitié de la prestation en euros et l'autre moitié en photographies. Un mode de fonctionnement pour le moins original qui a le double avantage de rendre la communication accessible à tous et de valoriser le travail des acteurs locaux.

DE L'ENTREPRISE À L'ASSOCIATION

Mais ce n'est pas tout. Afin de renforcer l'image d'agence alternative que revendique Pop-Korn, Nolwenn Yven et Cédric Bescond ont imaginé un deuxième outil : le label communication équitable. « Pour valoriser les clients qui soutiennent nos valeurs, nous pouvons accorder ce label à leur campagne de communication. Pour cela, il faut répondre à trois critères : utiliser les ressources locales, imprimer ses supports dans les imprimeries Imprim'vert et accepter une surfacturation de 2 % qui alimente un fonds qui financera d'autres campagnes, à vocation humanitaire, culturelle... », développe Nolwenn Yven.

À en croire la quinzaine de contrats signés en moins de deux mois par Pop-Korn, nul doute que le concept de communication équitable a d'ores et déjà trouvé son public. Entreprises, collectivités et associations, nombreuses sont les structures qui semblent prêtes à franchir le cap et à s'investir dans l'économie sociale.

Marion Banvillet

Pop-Korn, agence de communication originale

Deux jeunes Brestois viennent de lancer cette PME équitable, dans le quartier Saint-Martin.

Une partie des factures peut être payée en monnaie solidaire.

Installée au 22, place Maurice-Gillet, dans le quartier Saint-Martin, la toute jeune agence Pop-Korn fait de la « communication alternative » sa spécialité. Comme toute PME du même style, elle propose du conseil, de l'accompagnement de projets, de la création et de la réalisation de supports. Son originalité ? La mise en place d'une monnaie d'échange solidaire, le crédit pop. Un crédit pop = 1 €.

Une vingtaine de clients déjà

Avant de se lancer dans cette aventure, Nolwenn Yven (la directrice générale) et Cédric Bescond (le directeur artistique) sont partis d'un constat : « la communication professionnelle n'est accessible qu'à de grosses sociétés, aux moyens financiers importants. Pour une petite structure, se développer, diffuser ses idées, toucher un large public, cela reste encore difficile. Nous estimons, alors, qu'une PME qui a des compétences et pas beaucoup d'argent doit, quand même, pouvoir accéder à une campagne de publicité. »

D'où l'idée du crédit pop. Le principe est simple : après évaluation, le client de Pop-Korn a la possibilité de payer une partie de sa facture en euros et l'autre en crédits pop (jusqu'à 50 %). « Il les remboursera grâce aux ressources de son entreprise (photographies, textes, illustrations...), que notre agence réutilisera pour ses besoins, en général pour d'autres clients. » En six semaines de fonctionnement, Pop-Korn indique qu'elle a déjà une vingtaine de clients.



Nolwenn Yven, la directrice générale de Pop-Korn.

Pop-Korn. Une agence pour les "exclus de la com"

Nouvelle agence dans le paysage brestois, Pop-Korn invente le concept de "communication équitable". La Scop remet le troc au goût du jour pour donner une visibilité aux "exclus de la com".

Si la démarche est commerciale, elle reste avant tout militante. Fondée sous forme de Scop, Pop-Korn se veut 100 % « alternative ». Cette toute jeune agence vient de voir le jour à Brest.

Par la création de cette société, Nolwenn Yven, 24 ans et Cédric Bescond, 33 ans, attaquent "un nouveau marché", celui des "exclus de la com". « Nous avons fait le constat suivant : le monde de la communication est omniprésent dans notre société. Il est accessible aux grands groupes financiers ou aux grosses structures. D'autres, comme les associations ou les artistes, n'ont pas les moyens d'être visibles, de diffuser des idées et de toucher un large public », pense Nolwenn Yven.

Aussi, les créateurs de Pop-Korn ont-ils imaginé un système ingénieux inspiré des SEL*, qui, espérons-le, fera ses preuves à l'usage. « Nous avons mis en place un système de fonctionnement inédit, en créant une monnaie d'échange, les "crédits pop" », explique la jeune créatrice diplômée d'un master d'Infocom à l'Université de Nantes.

Un label « communication équitable »

Les crédits pop représentent des services ou des créations que peuvent offrir les clients pour payer. Exemple : un photographe veut un site Internet. Il propose des photos, dont le montant sera négocié



● Mise en scène croustillante ! De gauche à droite : Cédric Bescond directeur artistique, Nolwenn Yven directrice et Delphine Le Borgne, première salariée et chargée de com' de Pop-Korn.

en crédits pop. Elles pourront être utilisées par l'agence dans le cadre d'opérations de communication avec d'autres clients. Ce qui d'une pierre deux coups, permet de mettre les gens en réseau. « L'idée, c'est vraiment de créer du lien », poursuit Nolwenn Yven, qui parle de la création d'un nouveau concept : la communication équitable. « On parle de la notion "équitable" dans le cadre des échanges Nord-Sud mais aussi Nord-Nord quand il s'agit de valoriser les ressources locales », explique la jeune femme.

Pop-Korn pousse même le bouchon plus loin en proposant aux entreprises et aux associations d'être labellisées « communication équitable », par une association indépendante d'artistes et d'indivi-

us du Pays de Brest.

« Nos critères ne sont pas très sévères : avoir recours à un imprimeur ayant le label "Imprim'vert", utiliser du papier recyclé et des ressources locales... Nous voulons montrer que pour rentrer dans ce système, il n'y a qu'un pas à faire ».

Un fonds de solidarité

En étant labellisée « communication équitable », les entreprises s'engagent à majorer de 2 % la facturation de leur campagne pour abonder un fonds de solidarité. Celui-ci sera destiné à financer des campagnes humanitaires locales ou la communication de structures ayant peu de moyens, mais des idées culturelles ou innovantes. Des partenariats sont en cours de

négociation avec des agences de communication du département, dont les campagnes seront, à côté de celles de Pop-Korn, habilitées à être labellisées.

Armelle Gegaden

SEL : système d'échange local. Sorte de troc.

En bref

- Associés : Nolwenn Yven (directrice) et Cédric Bescond (directeur artistique; diplômé des Beaux-Arts de Rennes).
- Salarié : 1
- Prestations : web (création, design, bandeaux pub, référencement...); print; vidéo, logos, chartes graphiques...
- Contact : 02.98.80.17.79.

MARS 2007

LE JOURNAL DES ENTREPRISES

Communication équitable : Pop-Korn se lance dans le sillon

La notion d'« équitable » est une valeur montante. Pop-Korn vient de se lancer dans le domaine de la communication.

Cédric Bescond et Nolwenn Yven ont lancé l'agence Pop-Korn, en janvier dernier. Le premier, master en Beaux-Arts et spécialisé en design, a imaginé une communication différente, accessible aussi financièrement à un plus grand nombre. Nolwenn Yven, master en communication et multimédia, s'est associée au projet de coopérative ouvrière SARL, dans lequel ils sont à parité. L'agence propose du conseil en stratégie, de la création de supports, de la communication événementielle, ce dernier secteur étant développé par Delphine.

Crédit Pop

« Notre agence permet à des clients de payer une partie en euros et une autre en "crédit Pop", une monnaie que nous avons créée », annonce



● Nolwenn Yven, la gérante (à gauche), avec Delphine, chargée de développer la communication événementielle.

Nolwenn Yven, la gérante. Explication : un photographe, qui cherche à bâtir un site Internet, paie la moitié en euros et ouvre droit, pour l'autre, à l'utilisation de certains clichés par Pop-Korn, sous forme de crédit Pop. Autre exemple : une association de spectacles vivants,

qui souhaite que l'agence crée un « pack créateur », peut proposer, éventuellement, à côté des euros, une prestation de crieur de rues. Des étudiants en langues étrangères organisant un événement, qu'ils souhaitent promouvoir, peuvent aussi faire de la traduction de sites

Internet, etc.

Un label

Pour valoriser ce concept de communication équitable et ceux qui l'utilisent, Pop-Korn veut développer un label, à travers une association certificatrice.

Ce label suppose une valorisation des ressources locales, de faire appel dans l'impression à des critères de développement durable et de payer 2 % de surfacture de la campagne, qui viennent abonder un fonds de solidarité géré par des bénévoles.

Nolwenn Yven explique que des associations, des artistes sont, entre autres, intéressés. « Ils ont besoin de communication professionnelle. Mais, il y a un fossé entre les agences classiques et eux. Notre image est plus accessible », juge-t-elle.

Contacts : Pop-Korn, 22, place Maurice-Gillet, tél. 02.98.80.17.79 ; site Internet, www.pop-korn.com

Bretagne

Quand la communication devient équitable



L'équipe de Pop-Korn : Cédric Bescond, directeur artistique, Nolwenn Yven, directrice générale, et Delphine Le Borgne, chargée de communication.

Créée le 8 janvier à Brest, la Scop Pop-Korn a inventé le concept de communication « alternative, solidaire et équitable ». « La communication professionnelle n'est accessible qu'aux structures qui possèdent des moyens financiers importants. Avec Pop-Korn, nous voulons la mettre à la portée de tous », explique la directrice générale de l'agence, Nolwenn Yven. Pour atteindre cet objectif, elle a imaginé avec son associé Cédric Bescond un système inspiré des systèmes d'échange locaux (SEL). « Nous avons créé une monnaie d'échange solidaire, baptisée les crédits Pop, poursuit Nolwenn Yven. Les clients de l'agence peuvent ainsi payer une partie de leur facture en euros et l'autre en monnaie Pop, c'est-à-dire en prestations à réaliser pour notre agence. » Pop-Korn compte déjà une vingtaine de clients. D'ici six mois, les deux associés espèrent étendre leur activité en lançant sur internet une télévision et un magazine.

Tél. : 02 98 80 17 79, courriel : popkorn@pop-korn.com

Boutiques de gestion : douze prix à des créateurs

Les prix régionaux, douze au total, du concours de la création d'entreprise, « Talents », ont été décernés récemment à Brest.

Impulsé depuis 1997 par le réseau boutique de gestion, représenté à Brest, le concours « Talents » récompense des jeunes entreprises et met en lumière des parcours. Les prix, dotés par des partenaires financiers, sont répartis en plusieurs catégories. En économie sociale et solidaire, le premier prix a été décerné à Yven Nolwenn, qui a lancé Brest Pop Korn, une agence de communication plurimédia et alternative. Le deuxième est revenu à Pauline Sol Dourdin, pour l'association Skoaz Ouzh Skoaz, lancée en Côtes-d'Armor, un service d'accompagnement de proximité aux services culturels.

A Landerneau

Dans la catégorie services, le premier prix a

été obtenu par Natacha Frenkel (Art's du feu), restaurateur de patrimoine à Elven. Le deuxième prix a été remis à Patricia Niel, qui a lancé à Landerneau Flour Artistik Diffusion, une agence de diffusion d'artistes de Bretagne. En innovation technique et technologique, le premier prix est revenu à Franck Le Douarin (Cythos Technologies), pour un terminal bivalent de loisirs numériques pour chambre d'hôpital à Lannion. Le deuxième a été décerné à Jean-Yves de Chaisemartin (Aleor) pour de la culture d'algues marines à Paimpol. Le Fongecif Bretagne a récompensé par un premier prix Régine Fercoq (Armor Vêtements), qui a lancé un commerce à Callac, et par un second prix Erwan Deniel, qui s'est lancé dans le terrassement, l'assainissement et les travaux mini-pelle à Combrit.

« Dynamiques rurales »

Dans la catégorie « dynamiques rurales » Agnès Bossard (Boule de Neige) a reçu le premier prix pour une agence de communication à Saint Jean Brevelay. Le deuxième prix a été décerné à Ronan Herry qui s'est lancé à Carantec dans les documentaires sur la Bretagne. En artisanat et commerce, le premier prix est revenu à Philippe Luce, qui a créé dans le Morbihan une entreprise de couverture en chaume. Thierry Marin a obtenu le deuxième prix pour s'être lancé dans la création et la commercialisation de robes de mariées à Rennes.

■ JUIN 2007

LE TÉLÉGRAMME

Concours de la création d'entreprise

Cinq créateurs bretons ont été désignés lauréats régionaux du concours Talents organisé par les Boutiques de gestion. Parmi eux, Pop-Korn, agence de communication équitable, une coopérative créée par Nolwenn Yven et Cédric Bescond. Leur objectif est de démocratiser l'accès à la communication dans le secteur de l'économie sociale et solidaire.

■ JUIN 2007

LE PROGRES

Pop-Korn.

Nolwenn Yven et Cédric Bescond ont été nommés aux Talents, concours national et régional de la création d'entreprises organisé par les Boutiques de Gestion. Le 4 septembre prochain, Pop-Korn, leur agence de communication équitable, va recevoir le premier prix régional dans la catégorie "économie sociale". L'agence, dont nous évoquons la création en mars dernier, instaure un système de troc pour les clients au budget restreint. Elle a aussi imaginé un label de communication équitable et des "médiars Pop-Korn" destinés à promouvoir les initiatives locales jugées éthiques et alternatives.

■ JUILLET 2007

LE TÉLÉGRAMME

Talents. Six lauréats pour le concours national

Chaque année, et pour la 9^e édition, le réseau des Boutiques de gestion Créeur récompense de nouveaux entrepreneurs pour l'originalité de leur parcours, au travers des concours Talents et Talents des cités. Six projets ont été choisis par un jury régional en attendant la sélection nationale en septembre. Pour Talents, ont été distingués : Guy Rène pour sa société Foxtec de conception et de vente de nouveaux produits (31) dans la catégorie commerce et artisanat ; Alexandre Drabzak pour Génie Nature, bureau d'études et de conseil en aménagement d'espaces ruraux (09), dans la catégorie services ; Véronique Ducombs pour son Resto Bio Midi-Pyrénées (65) qui vend aux cantines et autres restaurants d'entreprise

des produits issus de l'agriculture biologique, dans la catégorie économie sociale et Anna Besnard pour Atoutpic (31), atelier de couture ambulante dans la catégorie dynamiques rurales. Pour Talents des cités, deux projets émergents ont été sélectionnés : celui de Cyril Halle, qui construit des cabanes perchées (habitations de loisirs dans les arbres) et Mohamed Bachkat, qui vend un module optimisant les systèmes de sécurité informatique (brevet déposé).

■ JUILLET 2007

LE TÉLÉGRAMME

A NOTER

CRÉATIONS D'ENTREPRISE. CINQ JEUNES BRETONS RÉCOMPENSÉS. Cinq Bretons viennent d'être désignés « Lauréats régionaux du concours Talents ». Ils vont maintenant concourir au niveau national de ce concours de créateurs d'entreprise organisé par les Boutiques de gestion. Il s'agit de Franck Le Douarin, 38 ans, créateur de Cythos-Technologie à Lannion (22) ; Natacha Frenkel, 28 ans, Art's du feu, Elven (56) ; Nolwenn Yven, 24 ans, agence de communication Pop-Korn, Brest (29) ; Agnès Aupetit-Bossard, 39 ans, Boule de neige, Saint-Jean-Brévelay (56) et Philippe Luce, 36 ans, Chaumières du Golfe, Surzur (56).

■ JUIN 2007

LE TÉLÉGRAMME



SERVICES

Pop Korn. Un prix national pour la jeune agence brestoise



● Nolwenn Yven recevra son prix le 8 novembre au ministère de l'Économie et des Finances (Photo archives Le Télégramme).

Nolwenn Yven, créatrice avec Cédric Bescond de l'agence de communication équitable Pop Korn à Brest, a remporté le 13 septembre dernier le prix du crédit coopératif dans la catégorie "Talents nationaux de l'économie sociale." Déjà primée à l'échelle régionale en juin, l'entreprise, dont nous évoquons la création en mars dernier, instaure un système de troc pour les clients au budget restreint. Elle a aussi imaginé un label de communication équitable et des médias "Pop-Korn" destinés à promouvoir les initiatives locales jugées éthiques et alternatives.

« On espérait beaucoup cette distinction », confie Nolwenn Yven. « C'est un concept dans l'air du temps que l'on souhaite étendre à d'autres agences. Cette récompense nous donne envie de développer d'autres projets. » Courant octobre, une télévision sur le Web et un magazine en ligne devraient ainsi voir le jour. Durant ce concours, Franck Le Douarin à Lannion (22), créateur d'un terminal multimédia pour chambre d'hôpital (Cythos Technologies), a lui aussi été récompensé.

Contact : 02.98.80.17.79.

■ OCTOBRE 2007

LE JOURNAL DES ENTREPRISES

POP KORN

La com' équitable

Après le commerce et le tourisme équitable, voici la communication équitable. Un concept novateur et unique en France, porté par deux Brestois, Cédric Bescond et Nolwenn Yven. L'objectif : permettre au plus grand nombre d'accéder à une communication professionnelle.

De la vaisselle sèche encore sur l'évier. Des dossiers divers couvrent les deux tables installées au milieu de la pièce. Comme le lieu est exigu, le visiteur se retrouve assis sur une chaise coincée contre le canapé, ressentant une curieuse impression, comme celle d'être reçu par des jeunes étudiants en pleine révision avant un examen. Ce sont pourtant bien les bureaux d'une toute jeune entreprise : Pop Korn. Si l'ambiance fait autant "comme à la maison", c'est que c'est également le logement du directeur artistique, Cédric Bescond. Son associée, Nolwenn Yven, nous rassure tout de suite : "Cédric a trouvé un autre logement. Bientôt, ces locaux seront exclusivement réservés à Pop Korn".

Qu'importe, ce n'est pas parce que les deux créateurs accueillent leurs visiteurs dans le salon qu'ils font preuve d'ambiguïté. De nombreux clients leur ont déjà fait confiance, et pas des moindres comme par exemple le Conseil général du Finistère ou Brest Métropole Océane. Leur inventivité a d'ailleurs été maintes fois récompensée. Ils sont ainsi les lauréats régionaux du Concours Talents.

UN CONCEPT UNIQUE EN FRANCE

En janvier dernier, les deux Brestois qui se sont rencontrés par le biais d'un forum de mise en relation professionnelle, lancent Pop Korn, une agence de communication équitable. Un concept unique en France. Pop Korn, ce sont les mêmes prestations qu'une agence de communication classique, l'esprit solidaire en plus. Certains verront sûrement dans cette initiative l'affaire d'as du marketing voulant profiter du filon du commerce équitable. Mais pour Nolwenn Yven, Pop Korn, c'est bien plus que ça : "Nous profitons que l'économie solidaire soit dans l'air du temps, mais créer une agence de communication équitable ne permet pas de faire plus de profit. C'est même plus compliqué, car nous nous sommes imposés de nombreuses contraintes".

Alors pourquoi s'orienter vers ce domaine ? "Par conviction", répond Nolwenn. Tout est parti du constat suivant : "Ce n'est pas parce que l'on a des compétences, du talent et du savoir-faire que l'on a l'argent pour accéder à une campagne de communication professionnelle". L'idée d'une commu-



nication alternative trotte alors dans la tête de Cédric Bescond, jeune designer actif dans les milieux associatifs. De son côté, Nolwenn, qui sort tout juste d'un master de communication, se rend compte qu'il y a un décalage entre la pratique dans les agences et ses valeurs. "J'aime beaucoup mon métier, mais je ne m'y retrouvais pas. C'était vide de sens", confie-t-elle.

Ensemble, ils imaginent les bases de la communication équitable. L'objectif n'est pas de casser les prix, mais il faut tout de même trouver un moyen pour permettre aux petites structures de bénéficier d'une campagne de publicité. Ils imaginent alors une monnaie d'échange solidaire, les crédits Pop. "Notre agence permet à certains clients de payer une partie de nos pres-

tations en euros, l'autre en crédits pop. Les crédits pop sont ensuite convertis en ressources (matériels, textes, images). Un client photographe, par exemple, pourra mettre à notre disposition des photos que nous réutiliserons pour un autre client".

Pour valoriser le fait de travailler avec une agence spécifique, Pop Korn propose aussi de labelliser les campagnes, selon la charte de la communication équitable, gérée par un organisme autonome. Le client s'engage alors à utiliser un imprimeur "imprim'vert", valoriser les ressources locales et accepter une surfacturation de la campagne au profit d'un fonds de solidarité.

Seulement quelques mois après le lancement de leur entreprise, Nolwenn et Cédric sont toujours aussi enthousiastes. Leur concept a fait des émules et d'autres agences de communication équitable devraient bientôt voir le jour sur le territoire français.

ANNE-CLAIRE LOAEC

■ OCTOBRE 2007

LE BRETON



INNOVATION

COMMUNIQUER GRÂCE AU TROC

Démocratiser l'accès à la communication, tel est l'objectif de Nolwenn Yven et Cédric Bescond qui ont lancé depuis quelques mois la scop Pop Korn. Cette agence de communication alternative à Brest propose toutes les prestations plurimédias classiques dans un esprit solidaire et équitable.

Principale innovation de leur concept: le Crédit « Pop ». C'est une monnaie interne qui permet aux structures ayant peu de moyens de régler une partie de la prestation (jusqu'à 50 %) par un échange de ressources (images, textes, matériels...). Ce système permet de valoriser les ressources locales et de créer du lien entre ses différents acteurs.

Pop-Korn est également à l'initiative du Label de Communication équitable qui valorise des campagnes de pub respectant des critères écologiques et l'utilisation de ressources locales. Le client peut également s'engager à verser 2 % supplémentaires sur le prix de sa campagne, qui seront reversés à une association solidaire. Ce label est géré par l'association Synapses.

Pop-Korn vient de recevoir la Mention spéciale du Jury Économie sociale du Concours Talents.

OCTOBRE 2007
DIRIGEANT

Leaders. Ils ont marqué le Finistère en 2007

Nolwenn Yven. Une agence pour les exclus de la com'



Nolwenn Yven et Cédric Bescond remettent le troc au goût du jour pour donner une visibilité aux "exclus de la communication".

Créée sous forme de Scop en 2007,

Pop Korn est une agence innovante qui se veut 100 % « alternative ». Ses fondateurs Nolwenn Yven et Cédric Bescond sont partis d'un constat militant: le monde de la communication est omniprésent dans notre société. S'il est accessible aux grands groupes financiers, les associations ou les artistes n'ont pas les moyens d'être visibles.

Les deux jeunes créateurs de 25 et 34 ans ont donc imaginé un système ingénieux de troc et de labels destinés à promouvoir les initiatives locales jugées éthiques et alternatives.

Primée à l'échelle régionale, cette agence a remporté le prix du crédit coopératif des Boutiques de gestion, dans la catégorie "talents nationaux de l'économie sociale".

NOVEMBRE 2007

LE JOURNAL DES ENTREPRISES

L'agence Pop-Korn souffle tous les prix qui lui sont présentés

« Nous estimons que nous avons une responsabilité en tant qu'acteur économique sur le territoire. Alors l'idée de créer un pôle dédié à l'économie sociale et solidaire nous a forcément beaucoup plu », s'enthousiasme Nolwenn Yven, fondatrice et gérante de l'agence de communication alternative et équitable Pop-Korn.

Comme n'importe quelle agence de communication, Pop-korn a une activité de conseil, d'accompagnement de projets, de création et de réalisation de supports. Mais elle se démarque des autres en offrant ses services aussi à ceux qui n'auraient pas les moyens de faire appel à une agence classique, notamment grâce à la mise en place du crédit pop. Il permet de payer une partie de la facture en mettant à disposition de l'agence des ressources de son entreprise (photo, textes...).

« L'arrivée de la Cres à Brest coïncide avec la création de Pop-Korn. Nous nous sommes tout de suite investis dans ce projet. Plus on va fédérer et coordonner et plus ce sera lisible. C'est comme cela que l'économie sociale et solidaire progressera. » Bien plus que participer à sa création, Nolwen Yven souhaite même profiter de ce futur pôle pour déménager sa petite entreprise qui devient grande: « Nous aimerions y installer notre agence, au milieu d'associations, de commerces... avec lesquels nous partageons les mêmes valeurs », s'accordent-elle à dire avec son associé et directeur artistique, Cédric Bescond.



Nolwenn Yven et Cédric Bescond se réjouissent de la réussite de leur agence de communication équitable, Pop-Korn.

En janvier prochain, la Scop Pop-Korn soufflera sa première bougie. En quelques mois d'existence, elle a raflé tous les prix qui se sont présentés sur son chemin, a atteint en six mois les objectifs qu'elle espérait atteindre en un an et n'en finit pas de sortir de nouveaux projets. « Nous avons une cinquantaine de clients avec une bonne répartition entre les grosses sociétés, petites entreprises, associations... », précise Nolwen Yven.

Un label et un magazine

Dans son élan de réussite, Pop-Korn est en train de lancer un label de la communication équitable.

Pour l'obtenir, les entreprises clientes de l'agence devront utiliser et valoriser les ressources locales, faire appel à un imprimeur qui ait le label imprim'vert et accepter la surfacturation de leur campagne de communication de 2%.

« L'argent ira sur un fond de solidarité qui permettra de financer des campagnes de communication sur l'économie sociale et solidaire ou le développement durable, pour l'humanitaire ou encore la culture. Ce fond sera géré par une association autonome que l'on a créée et qui s'appelle Synapses. Les membres qui la composent sont des citoyens lambda qui ne travaillent pas dans

la communication », explique-t-elle.

Dans la série des projets, sortira bientôt un magazine web, ouvert à tous les acteurs de l'économie sociale et solidaire. « L'idée est de leur donner un espace où ils pourront valoriser leurs projets. » Il devrait voir le jour début 2008.

C.M.

(*): prix régional du concours de talent de l'économie sociale, puis prix national avec mention spéciale pour ce même concours; prix économie sociale, développement durable et innovation de la fondation Macif, et coup de cœur Idéka du Crédit Agricole.

Pop-Korn : www.pop-korn.com

La PME en herbe

Pop Korn communique équitablement

Nolwenn Yven et Cédric Bescond sont les inventeurs de la communication équitable. Pop Korn, leur agence, en est le véhicule. Depuis un an, ils matérialisent leur idée née d'échanges sur un réseau social sur le Net. « Nous nous sommes rencontrés sur Viadeo.com. Le but est d'apporter une preuve par l'exemple : il est possible d'être acteur dans le monde de la communication tout en étant dans l'économie sociale et solidaire », précisent les créateurs. Concrètement, Pop Korn propose par exemple à ses clients de les payer pour partie en argent, pour partie en ressources. « C'est une forme de troc. Les ressources ainsi obtenues, des photos pour un photographe, des textes pour un rédacteur par exemple, sont réutilisées dans le cadre d'autres projets. »

FÉVRIER 2008
LA TRIBUNE

Pour l'heure, ce système, appuyé par leur propre monnaie, représente un peu moins de 10 % de leur activité. « Nous mettons également en place un label de communication équitable pour valoriser la démarche. » Cela passe par l'utilisation des ressources humaines et matérielles les plus proches du client, le respect des principes de développement tout au long de la chaîne de création, et de reverser 2 % de la facture, sans que cela soit une obligation pour le client, à un fonds de solidarité.

Ces singularités ont été distinguées à de nombreuses reprises dont le prix national du concours Talents décerné par les Boutiques de gestion. L'an passé, l'agence a réalisé 120.000 euros de chiffre d'affaires, pour 50.000 euros de marge brute et 20.000 euros de résultat net. ■

MIKAËL CABON, À BREST



Les deux créateurs de la PME : Cédric Bescond et Nolwenn Yven.

MARS 2008
SILLAGE

Pop Korn : un "faire savoir" alternatif

Une agence de communication équitable ? Le concept peut intriguer. C'est à Brest que Cédric Bescond et Nolwenn Yven lui ont donné corps en créant Pop Korn, une agence qui trace son sillon loin des sentiers battus...

Souvent moins valorisée que l'innovation technologique, l'innovation sociale est aussi un levier majeur de développement. En la matière, l'économie sociale et solidaire a montré sa capacité d'imagination : des idées comme la Sécurité Sociale ou la CMU sont nées de ce creuset. Une tradition inventive dans laquelle s'inscrivent Nolwenn Yven et Cédric Bescond, premiers en France à ouvrir une agence de communication alternative sous un statut de SCOP.

« L'idée était de démocratiser l'accès à une communication professionnelle pour des publics qui n'ont pas les moyens de s'offrir une campagne sur leurs actions comme les associations, les commerçants, les artisans, les indépendants ou encore les artistes... Il est frustrant de constater que trop souvent les considérations financières prennent le pas sur l'intérêt du projet ». Un vrai handicap dans un monde où "le faire savoir" est devenu si important.

Pour contourner la difficulté, Pop Korn s'est inspiré d'une idée éprouvée dans l'histoire de l'humanité : le troc. « Nous avons créé une monnaie "le crédit Pop", de sorte que les clients avec des moyens limités puissent régler une partie de la prestation par un échange de ressources (textes, photos, matériels...), le reste étant payable en euros, explique Nolwenn Yven. Par exemple, si nous réalisons le site Internet d'un photographe indépendant, il peut s'acquitter d'une partie de la facture en nous fournissant

des photos que nous réutiliserons ensuite pour illustrer des plaquettes d'entreprises... ».

Autre spécificité de Pop Korn : la diffusion d'un label "communication alternative et équitable". Son attribution aux clients est déterminée en fonction de trois critères : l'utilisation et la valorisation des ressources locales, le recours à un éditeur Imprim'Vert et l'acceptation d'une surfacturation de 2 % qui alimente un fonds destiné à financer des campagnes de valorisation de l'économie sociale et solidaire.

Pour le reste, Pop Korn offre toutes les prestations d'une agence "classique" : du conseil en stratégie en passant par la publicité et l'édition sur support papier, web, ou vidéo 3D... Prochain défi : la création d'un magazine et d'une télé en ligne destinés à promouvoir les initiatives solidaires en Pays de Brest. La jeune gérante en est convaincue : « Le terreau est ici propice aux valeurs de l'économie sociale ». ■



© Franck Betermin

Pop-Korn. Lancement de la plate-forme multimédia

Après un an et quelques mois d'activité, l'agence de communication alternative Pop-Korn a lancé sa plate-forme multimédia : une télé et un magazine en ligne dédiés à l'économie sociale et solidaire.

Ça saute pour Pop-Korn ! Créée en janvier 2007 par Nolwenn Yven et Cédric Bescond, l'agence de communication à l'esprit solidaire est en avance de deux ans sur ses prévisions économiques.

À l'issue du premier exercice, Pop-Korn a réalisé 120.000€ de chiffre d'affaires pour 50.000€ de marge brute. « C'est une très bonne année tant en termes de chiffres, de diversité de nos clients et de reconnaissance », glisse Nolwenn Yven, la



● Cédric Bescond et Nolwenn Yven, les deux associés de Pop-Korn, entourent Anne Feghoul, nouvellement recrutée.

gérante de Pop-Korn. Le prix national Talents a ainsi salué l'originalité de l'entreprise. Associations, syndicats, CMB, Thales, tous ont déjà fait confiance à l'agence brestoise.

Web Tél et E-Magazine

Les deux créateurs de la société fourmillent d'idées. Le 4 mars, ils ont lancé leur propre plate-forme média, Epi. Sa vocation : informer

sur les multiples initiatives locales encourageant l'économie sociale et le développement durable. « Il y a tellement d'actions dans ces domaines qu'il était important de les rendre visibles, explique Nolwenn Yven. On veut quelque chose d'interactif et de participatif. Les acteurs doivent s'approprier ces outils. » Les supports ont pour nom Epi-TV et Epi-Mag. L'agence aimerait qu'Epi-TV soit diffusée en flux continu début 2010. Anne Feghoul a été recrutée dans ce sens. Le magazine, quant à lui, démarre avec une parution trimestrielle.

Thomas Giraudet

Pop-Korn. CA : 120.000 €; MB : 50.000 €; trois salariés ;
Contact : 02.98.80.17.79 ;
www.pop-korn.com

> Communication

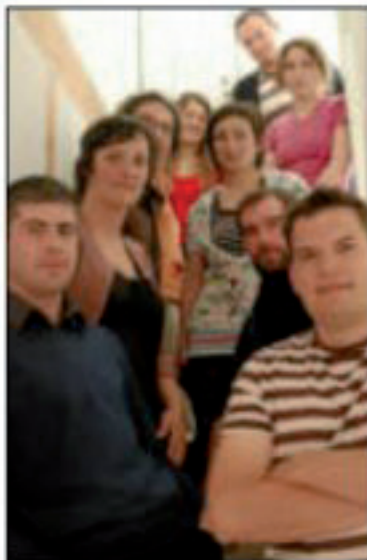
> **UNE Web TV ÉQUITABLE.** Pop-Korn, agence brestoise qui se définit dans la communication équitable, a lancé il y a un an une Web TV sur www.epi-tv.fr ainsi qu'un « web-zine » sur www.epi-mag.fr. « Nous faisons appel aux associations de développement durable qui peuvent se servir de ces outils pour faire la promotions de leurs actions », explique Cédric Bescond, l'un des trois associés de l'agence. « Il suffit de nous envoyer des contenus écrits ou vidéos et nous nous chargeons de les mettre en ligne dès lors que le propos suit notre fil conducteur, à savoir faire émerger des modes alternatifs de penser et d'agir. »

MARS 2009
COURANTS

CO 13. Un « cluster » dans la communication

C'est au 13 de la rue Hoche que trois agences de communication se sont regroupées dans un cluster original.

La colocation est à la mode et fait son entrée dans le monde des entreprises. Pour les jeunes sociétés fraîchement sorties de pépinière, c'est un moyen de partager les frais et d'échanger pratiques professionnelles et carnets d'adresses. Quand elles sont complémentaires sur un secteur d'activité commun, l'intérêt gagne encore en évidence. Trois agences de communication finistériennes ont ainsi opté pour ce système. L'agence d'événementielles Ydeos, hébergée depuis sa création en 2005 à la pépinière



● Le cluster CO 13 au grand complet dans sa maison, quartier Saint-Martin à Brest.

d'entreprises du Mescoat à Landerneau, a rejoint « CO 13 », le nom de cette maisonnée située 13 rue Hoche dans le quartier Saint-Martin à Brest.

Dans cette grande maison de 145 m², chacune des trois entreprises a son étage. Les deux associés d'Ydeos (230.000 € de CA 2008) sont au rez-de-chaussée. Pop-Korn, l'agence « de communication alternative » fondée par Nolwenn Yven et Cédric Bescond (94.000 € de CA), a pris le premier. Au troisième étage on trouve Digipictoris (35.000 € de CA), la société de production audiovisuelle de Thomas Le Monnier créée en janvier 2007 à la pépinière Sévellec sur le technopôle Brest-Iroise.

« On a choisi de se regrouper pour

mutualiser nos moyens, échanger nos savoir-faire et aussi pour l'état d'esprit », note Thomas Le Monnier, l'un des plus âgés de cette colocation où la moyenne d'âge ne dépasse guère les 30 ans.

« CO 13 n'est pas une holding. C'est plutôt un cluster. Nous gardons chacun notre indépendance et nos clients. Même si sur certains dossiers nous pourrions candidater ensemble », poursuit Grégory Bot d'Ydeos. Et les collaborations sur des projets vont déjà bon train.

A.G.

Pop Korn : 06.64.77.80.35.
Digipictoris :
02.98.05.70.20 ;
02.98.49.93.50.
Ydeos : 02.98.30.35.18.

JUIN 2009

LE JOURNAL DES ENTREPRISES

Communication. À trois, c'est mieux

Trois boîtes de com' dans la même maison, avec des créateurs de 28 ans de moyenne d'âge. Ça ressemble un peu à « L'auberge espagnole » de Cédric Klapisch, version communication classique ou alternative.



Les colobataires additionnent leur savoir-faire, depuis avril dernier, au n° 13 de la rue Hoche. « CO 13 », comme ils disent !

« CO 13 » commence par un jeu de mots. « C'est au 13 » de la rue Hoche, une rue en contrebas de la rue Jean-Jaurès, au-dessus du boulevard Montaigne. Peintures actuelles sur les murs, spots flashy diffusant sur des volets fermés, parquet poncé, brut de décoffrage et matériel informatique disposé sur des bureaux discrets. « CO 13 » regroupe trois sociétés de communication créées il y a moins de trois ans. Ydeos, Pop-Korn et Digipictoris partagent le même bâtiment mais gardent chacune leur autonomie et leur modalité de fonctionnement. Toutes accompagnées par le technopôle de Brest, ces trois sociétés espèrent ainsi mutualiser

leur carnet d'adresses. Les trois niveaux du bâtiment logent, depuis avril, une agence de communication événementiel, une agence de communication alternative et équitable, et une troisième de création audiovisuelle (tournage et montage vidéo). Au-delà des avantages pratiques et économiques (proximité des équipes, partage des frais de location), ces jeunes professionnels de la communication éprouvent manifestement un réel plaisir à travailler au même endroit. « La visibilité relative, rue Hoche ? ». « Ce n'est pas vraiment un souci, avec les multiples vecteurs d'échanges d'aujourd'hui ». Leur idée de se regrouper dans un lieu parfaitement

identifié se comprend, dans la jungle dense et parfois obscure de la communication à la pointe bretonne (pas moins de 40 sociétés et professionnels affichés de la communication).

Ydeos. Créée en mars 2006 par Grégory Bot et installée à la pépinière de Landerneau (Mescoat), la société spécialisée dans l'événementiel et le marketing sportif a vu l'arrivée, cette année, de Vincent Bellec (à l'origine du festival du jeu vidéo et du multimédia).

Pop-Korn. Créée en janvier 2007, leur société a soufflé la profession par l'originalité de son concept autour de la communication alternative et équitable. Une monnaie

inventée (le Crédit Pop) permet de payer en partie la prestation en fonction de ses compétences personnelles et professionnelles (échange de ressources ; images, textes, matériels...). Moliwenn Yven, Cédric Bescond et Anne Feghouil se sont organisés en Scop.

Digipictoris. Thomas Lemonnier et Viviane Liaudet sont spécialisés dans le film d'entreprise. Leur société de tournage et de montage vidéo rayonne à l'échelon régional depuis janvier 2007.

Stéphane Jézéquel

> Site Internet
www.co13.fr

SEPTEMBRE 2009
LE TÉLÉGRAMME