

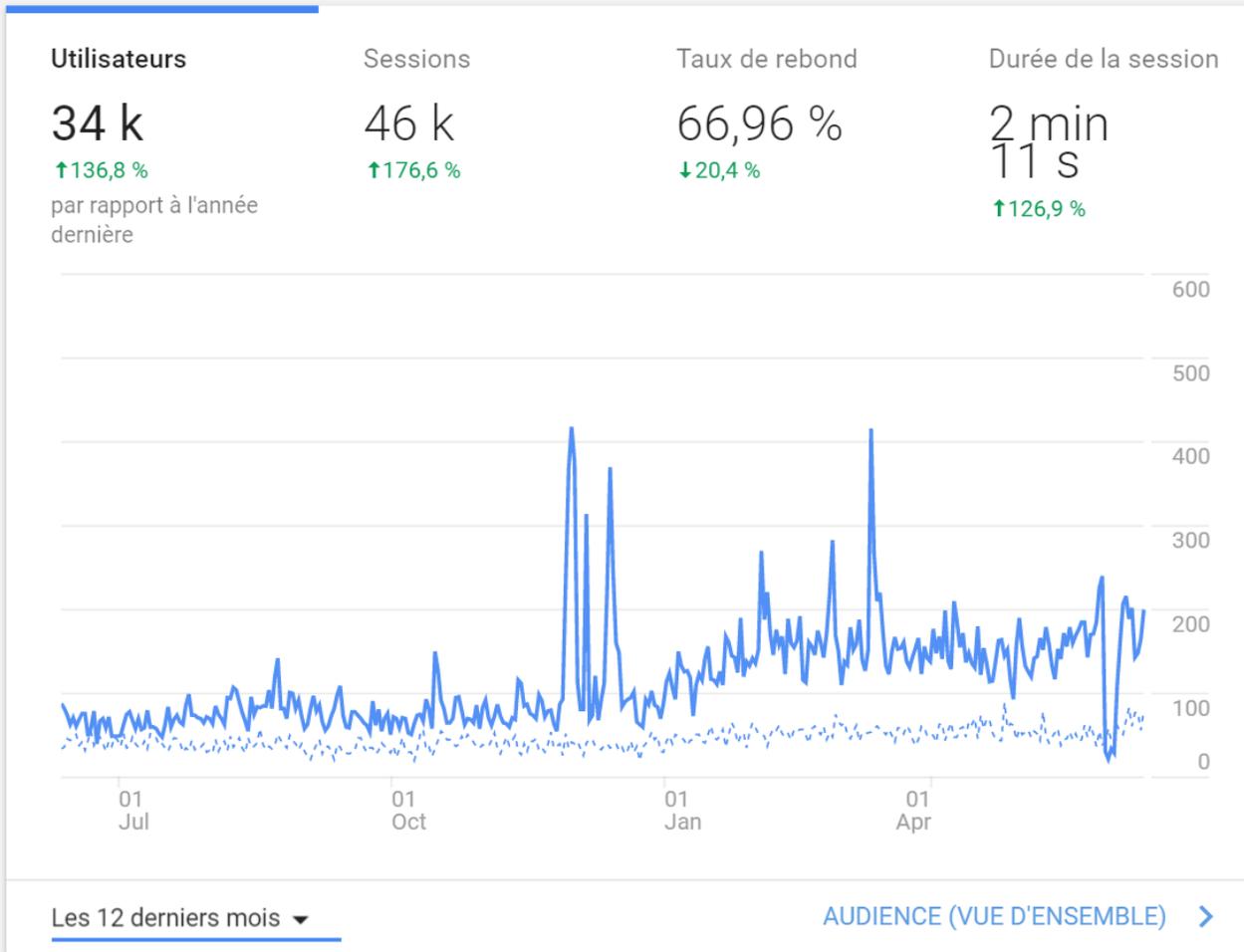
Avoir une Belle Peau: Compte-Rendu Réunion du 17 Mai 2017



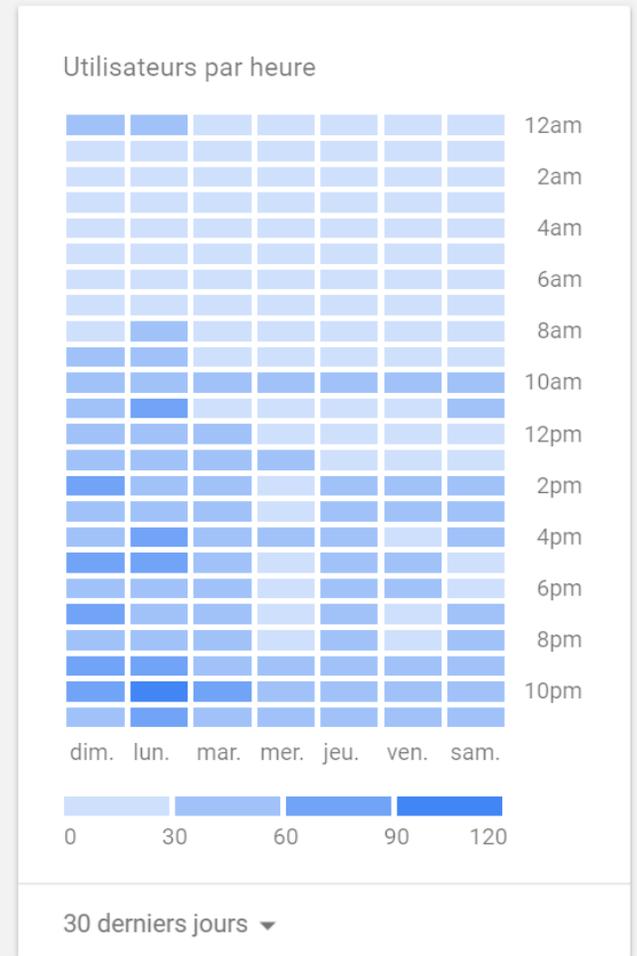
FEUILLE DE ROUTE



Page d'accueil Google Analytics [ENVOYER UN COMMENTAIRE](#)



À quel moment les utilisateurs visitent-ils votre site ?



Comment attirez-vous de nouveaux utilisateurs ?



DIAGNOSTIC



Des Compétences dispersées

Une Maison , c'est la Résultante de :

- Somme de Compétences diverses qui créent de la Synergie
- Equipe qui met en musique ses compétences
- Maçons, Electriciens, plombiers, Carreleurs, Peintres,

Avoir une Belle Peau :

- Somme de Tâches « identiques » pour construire la base (Rôle de maçons) : TB pour les Fondations



BUT de ce Collectif

FAIRE CONNAITRE NOS ACTIVITES et nos Produits

ENTREPRISE

- **Direction Générale:** Donne le Sens et répartit les tâches
- **Finance:** Gère les sous (Dépenses et recettes)
- **Production:** Produit
- **Communication :** Fait Connaître le produit
- **Informatique :** Support Technique
- **Ventes et Logistique:** Gèrent la délivrabilité du produit

COLLECTIF

- **Communication :**
 - Web-Marketing
 - Copywriting
- **Technique :**
 - Blog
 - Facebook : Business Manager
 - E-commerce
 - Vidéos
 - SEO



PROPOSITION



APPRENTISSAGE et FORMATION

Chacune doit se spécialiser pour apporter son expertise à l'édifice



Proposition du Groupe Démarche du Collectif



Groupe 5 - Animation et évolution du collectif



Pistes de réflexion



- groupes de compétences
- développer les compétences web-marketing (au service du collectif) : blog, SEO, e-commerce, Facebook -> chacune **d'entre nous choisit un thème de compétence à développer et mettre au service du collectif (et qui sera mise à profit dans chaque activité pro individuelle)**
- créer une base de connaissances à mettre en commun / structure type learnybox ou agora-learning (?) => modules de formation par thème <https://open.agora-learning.com/fr/index.php>
- désigner un responsable chargé de gérer la boîte à outils
- chaque sous-groupe assure la mise à jour des informations sur la base
- **fond d'information/documentaire pour nos activités DCN : gamme, labo, boutique, emballage, affiliation, réglementation, étiquettes, ateliers...**
- partage de connaissances au travers des différentes formations
- se regrouper : réunion en live ou skype
- 1 fois / 3 mois pour le bureau ?
- 1 fois / 6 mois pour le collectif ?
- organiser nos propres salons/événements/rencontres pour nos clients (conférences/journées à thèmes, ateliers, conseils, **vente de produits...**) : **la "cosmétique holistique"** -> que les gens aient l'impression de devenir "plus intelligents", qu'ils **puissent repartir avec une brochure, un petit cadeau...**
- Réunions mastermind en petits groupes



Positionnement et contenu du site ABP



Positionnement et contenu du site ABP



- cosmétique holistique
- Avatar : femme sensibilisés aux produits nocifs, avec de jeunes enfants, qui a eu elle-même des problèmes de **peau, et qui s'intéresse aux médecines naturelles**
- apporter des solutions, des astuces et des conseils à travers un blog associé à de la vente de produits
- **plutôt que de faire des articles, s'orienter plutôt sur le format "dossier", plus complet, plus "fouillé" : 1 dossier /semaine (avec une thématique mensuelle)**
- **pour les articles, on reprendrait l'idée de Lucia, de ne mettre qu'un résumé/synthèse, dut de l'article (?) avec une photo bien référencée (et lien vers le blog perso de l'auteur pour article complet).** - chacun gère les commentaires sur son blog
- **modifier l'organisation des articles, en créant des "sous-rubriques" pour faciliter les recherches : en partant d'un problème de peau particulier.** Ex : acné
- définition ligne éditoriale / thèmes prioritaires (SEO - recherche chaines de mots-clés sous google adwords pour identifier les sujets porteurs)
- **garder la structure "magazine", mais en y ajoutant des choses un peu plus pro-actives : webinaires, événements, vidéos...**
- **en page d'accueil : une petite vidéo** pour présenter notre charte, qui nous sommes...

Proposition du Groupe FB



Pistes de réflexion



- + de trafic sur le site
- booster certains posts
- pub Facebook :
 - budget ?
 - structure juridique ?
- 2 stratégies Facebook :
 - page PRO facebook
 - groupe / communauté
- animation de la page FB : 1 post/ jour sous des formes différentes : articles, FB live, vidéos, concours, recettes, sondages, événements (lancements etc)... **+ capture adresses mail**
- **pour chaque article publié sur ABP, partage sur la page FB PRO d'ABP, et sur les pages FB de chacun des membres du collectif**

⇒ proposition : **mettre en place un “comité” Facebook pour mettre en place et suivre la stratégie FB** (*Info Audrey : MOOC débutant bientôt sur les réseaux sociaux*)



Proposition du Groupe You Tube



Pistes de réflexion



- déterminer un calendrier éditorial : thèmes mensuels -> articles
- **Idée : diffuser les publications du blog via l'ensemble des réseaux sociaux : FB, YT et Instagram dans un premier temps (Twitter volontairement mis de côté)**
- pour youtube : **faire des vidéos "homogènes" (logo ou parties communes)** -> avoir un fil conducteur / cohérence
- vidéos sur **sujets d'actualité / actualité des pros**
- réunions live sur 2 jours pour prises de vue/tournages vidéos



Proposition du Groupe Boutique



Pistes de réflexion



- produits à vendre : produit cosmétique / services (consultations, ateliers, e-learning)
- comparaison entre les 2 systèmes possibles :
 - décentralisé / centralisé
 - avantages / inconvénients



Fonctionnement FUTUR au 12 Mai 2017



Les Nouvelles Tâches et les responsabilités

Tâches	Personne (s)	QUOI
1/ BOUTIQUE ABP	Christine/ Sandrine	Oct 2017 : Structure Accueil ou Autonome, juridique
2/ Blog	Sylvie/ Nolwenn	Oct 2017 Reconfiguration
3/ SEO	Thymiane/Laurence/ Judith	Oct 2017
4/ Web-Marketing	Audrey/Cindy	Oct 2017
5/ Facebook	Charlotte/ Amel/Virginie/ Nicole	Oct 2017
6/ Copywriting	Marion/Rhizlan/ Judith	Oct 2017
7/ Video You Tube	Maryline/Miglena/ Catherine	Oct 2017
8/ Logistique Base de Connaissance	Sophie/Patricia	Oct 2017
9/ Connaissance pour monter une activité en DCN	Caroline/ Lucia/ Najia	Oct 2017

Comment Procéder



- Chaque groupe de 2 à 4 personnes doit **définir les différents sujets** de son Thème et doit se **réunir 1 fois/mois** pour partager l'expertise acquise sur le sujet.
- Puis, une **vidéo de 10 à 15 minutes doit être réalisée** avec les principales choses à retenir, puis une démonstration « Comment le faire »
- Cette vidéo sera à poster sur le Site D'Expertise et de Formation ABP
- Ceci sera annoncé sur Trello



Réunion COLLECTIF Mensuelle : Webinaire



- **1 fois/mois, lors de la Réunion du Collectif: 1 équipe présentera un résumé de ses travaux** et ce qu'il faut retenir en priorité (loi des 80/20)
- Tout le monde pourra y poser ses questions
- **Des réunions de Mastermind en Live** d'un ou 2 jours sont vivement recommandées pour chaque groupe afin de partager et de construire un réseau et ses connaissances (au bout de 3-4 séances)



Création d'une structure de Société Coopérative

➤ **SCIC = Société Coopérative d'Intérêt Collectif : c'est**

1. UNE SOCIÉTÉ

Société de personnes qui prend la forme commerciale : **société anonyme (SA), société par actions simplifiées (SAS) ou société à responsabilité limitée (SARL)**.

Inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés et soumise aux impôts commerciaux.

2. COOPÉRATIVE

1 personne = 1 voix en assemblée générale

La valeur nominale de la part sociale est fixée par les statuts. Le capital constitué par le total de ces parts est variable, ce qui permet la libre entrée et sortie de sociétaires.

3. D'INTÉRÊT COLLECTIF

L'intérêt par lequel tous les associés et l'environnement peuvent se retrouver autour d'un objet commun en organisant une dynamique multi parties-prenantes (le caractère d'utilité sociale).

Ancrée sur un territoire géographique, **ou au sein d'une communauté professionnelle**



UNE SCIC



SCIC = Société Coopérative d'Intérêt Collectif :

Permet d'associer toute personne physique ou morale de droit privé ou de droit public autour du projet commun.

Pour se constituer une Scic doit obligatoirement associer

- * **des salariés** (*ou en leur absence des producteurs agriculteurs, artisans...*),
- * **des bénéficiaires** (*clients, fournisseurs, bénévoles, collectifs de toute nature, ...*),
- * **un troisième type d'associé** selon les ambitions de l'entreprise (*entreprise privé, financeurs, association, ...*).



Création d'une Association à but non lucratif



L'e-création d'une Association:

Permet de :

- **déclarer la création** de votre association ;
- et de demander **la publication au Journal officiel** des associations et fondations d'entreprise (JOAFE) sauf si le siège social de l'association est situé en Nouvelle-Calédonie, en Polynésie française ou à Wallis et Futuna.

Munissez-vous des documents suivants, au format numérique (pdf, 700Ko maximum par document) :

- **procès-verbal de l'assemblée constitutive** ou son extrait daté et signé, portant le nom et le prénom du signataire ;
- **statuts de l'association datés et signés** par au moins 2 personnes mentionnées sur la liste des dirigeants (bureau ou conseil d'administration), portant leur nom, prénom, et fonction au sein de l'association ;
- **mandat (le cas échéant) portant la signature**, le nom, le prénom et la fonction au sein de l'association de l'une des personnes chargées de l'administration (bureau ou conseil d'administration).



Quelques informations Réglementation ANSM



A partir du moment où **on fabrique, vend, distribue ou importe un produit cosmétique**, on tombe **sous la réglementation cosmétique**. Tout ce que l'on dit, écrit ou publie sous ce nom est considéré comme devant se soumettre à la réglementation cosmétique.

- Ne sont donc pas concernées les personnes qui écrivent des livres, mais pas au nom de leur marque ou sans avoir de marque.
- Sont concernées **les personnes qui font fabriquer des cosmétiques**, donc les « Ateliers Cosmétiques »

A vrai dire, cela a démarré par une campagne « Contre produits cosmétiques personnalisés », car cela ne peut exister, car toute formule doit avoir un DIP propre.

Les personnes qui fabriquent elles-mêmes leurs cosmétiques font horreur à l'ANSM car cela sort du cadre stricte de la réglementation.



Conséquences des informations Réglementation ANSM



Cela veut dire que pour une formule = 1DIP

Plusieurs solutions : **L'Animatrice d'Ateliers**

1. fait établir les DIP pour les produits fabriqués en Atelier
2. Fait faire des DIP (à composition variable : 1 des ingrédients peut varier et l'évaluation de la toxicité se fait sur la formule la plus litigieuse)
3. Fait partie d'une « entreprise » ou « coopérative » qui a des dossiers de DIP et qui les met à disposition de **chaque associé**

On peut faire de cet Inconvénient une force comme l'a fait Aroma-Zone avec ses Distributrices et ses fées Aroma-zone (ses recettes ont des DIP)

Si l'ANSM fait disparaître les Ateliers Cosmétiques, il faut une réponse Collective



Conséquences des informations Réglementation ANSM



Cela veut dire que on ne peut inscrire de Formules personnalisées sans DIP sur un document réel ou virtuel (blog) s'il y a une référence à une marque.

En revanche, n'importe qui qui a un blog ou écrit un livre sans vendre, fabriquer, importer ou distribuer peut écrire des recettes sur son Blog sans problème.

Il peut envoyer des personnes vers le site de vente des autres et percevoir des commissions sans problèmes.

Donc, **les Blog, Magazine** doivent être **sans recette ou formule** et rester dans le cadre de la **réglementation cosmétique** pour ceux qui vendent.

Les personnes qui sont consultantes, naturopathes, formatrices, écrivains de livre, youtubeuses peuvent écrire des formules et recettes sans problèmes



COLLECTIF Proposition face ANSM



Cela veut dire qu'il faut construire notre Collectif avec ces contraintes à transformer en points forts:

- **Structure juridique collective:** ATELIERS = SCIC (à voir)
- **Une Plateforme de vente Collective indépendante:** on délègue à une partenaire qui peut faire partie de la SCIC, la vente et la distribution de nos produits (elle sera rétribuée au %)
- **Des outils de Communication collectif: Blog, You Tube, Facebook** qui sont drivés par les Consultantes, Formatrices, Naturopathes, Ecrivaines dans lequel chacune peut écrire ou passer en vidéo (et qui renvoient vers le site de vente collectif et les blogs individuels)



ANSM = **formidable OPPORTUNITE** à proposer pour être conforme à la loi.

Personne d'autre ne le propose

Cela veut dire qu'il faut construire notre Collectif avec ces contraintes à transformer en points forts:

1/Ateliers Cosmétiques = DIP obligatoire (Donc coût) =>Intérêt de Mutualiser au sein d'une **SCIC**

Avec professionnels divers, fournisseurs, **consommateurs**, laboratoires fabricants, atelier,..

Cette SCIC pourra avoir une activité commerciale (produits, formation ?,..) et sera soumise

à la réglementation cosmétique en tant que distributeur et fabricant.

2/Création d'une Association « Promouvoir des soins sains et naturels pour la peau » et

qui aura sa plateforme de communication « Avoir une Belle Peau ». Elle n'aura pas d'activités soumises

à la réglementation cosmétique. Et il y aura Facebook, formules, conseils, formation, ..;

Elle ne vendra pas de produits.

Elle aura un Groupe Facebook de fans ... Animation



Pour répondre à



Bonjour,

Je me présente Temehani APUARII, j'ai 24 ans et suis résidente de la Polynésie française (Tahiti).

Je trouve vos produits absolument géniaux, j'en ai déjà utilisé (fluide anti vergetures, mes vergetures se voyaient et cela en 2 mois. Mais je n'avais plus de moyens de m'en acheter encore...).

J'ai le projet d'ouvrir une boutique bio, mais avant cela, pour commencer, je vendrais "mes" produits via Facebook ou en démarchant auprès d'instituts,...

Bien heureusement, un organisme à but non lucratif (ADIE) vient en aide financièrement au porteur de projet.
Dans le cas où mon projet serait accepté (et donc financé), me serait-il possible de commercialiser vos produits ici?

En vous remerciant par avance de votre retour,

Belle fin de semaine,

Cordialement

Temehani APUARII

Prochaines Etapes



- Dates des Réunions Collectif et Bureau par Nolwenn
- Rappel: 2 fois/ mois Rappel pour les Vidéos à Réaliser
- Créer 9 Colonnes dans trello pour mettre le Thème puis la Vidéo de Chaque mois
- Responsable qui vérifie la production de chaque groupe et qui les rappelle
- Animation du groupe privé Facebook LRC : Si 9 groupes, il faudrait qu'il y ait 2 vidéos/semaine: Donner les jours du mois de chaque groupe

Principe de la Stigmergie



La stigmergie est un mécanisme de coordination indirecte entre agents ou actions. Le principe est qu'une trace laissée par une action dans l'environnement stimule l'accomplissement de l'action suivante, que ce soit par le même agent ou un agent différent.

En résumé, une action laisse une trace qui elle même induit une action, elle même pouvant laisser une trace... :

stigmergie= (action -> trace -> action -> trace ...)

De cette façon, les actions suivantes tendent à **bâtir sur l'existant et se renforcer**, ce qui conduit à l'émergence spontanée d'une activité d'apparence cohérente et systématique.

La stigmergie est une forme d'auto-organisation. Elle produit **des structures complexes sans avoir besoin de plan, de contrôle ou même de communication directe entre les agents.**

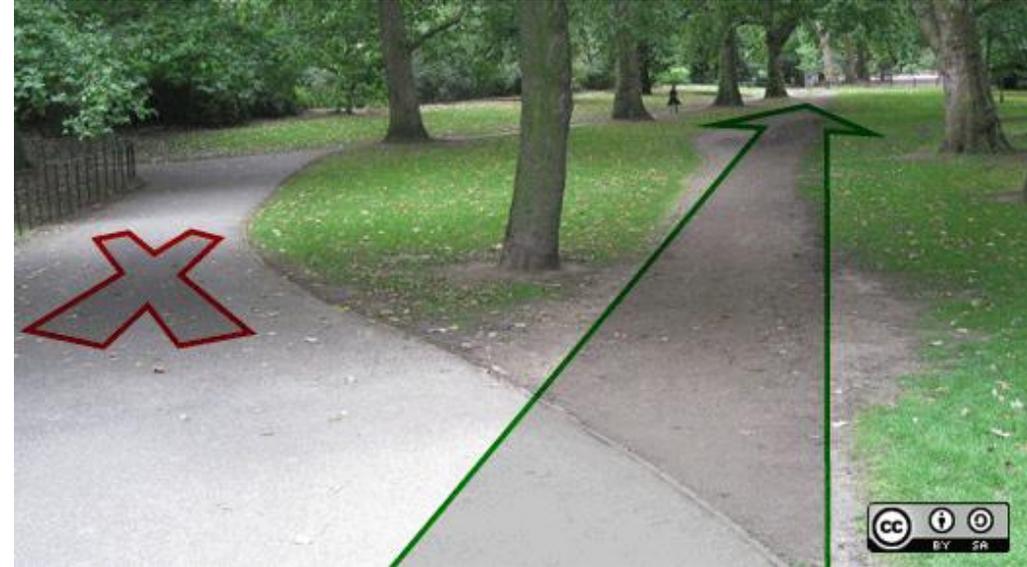
Représentation de la Stigmergie



Dans sa thèse sur la stigmergie comme modèle pour une collaboration à grande échelle, Mark Elliot cite plusieurs exemples dans le monde physique comme les « desire paths », ces chemins initiés autour de la trace laissée par un promeneur dans l'herbe dont l'action est renforcée par les autres promeneurs percevant cette trace.

La coordination se fait de manière indirecte et le sentier se trace tout seul sans concertation entre les individus. **Bien souvent le chemin créé spontanément par les usagers est plus adapté au terrain et plus efficace que celui créé par les « experts »** (architectes ou autres concepteurs).

En ligne, rendre visible le processus de travail, laisser des traces des actions permet à d'autres contributions de s'agréger spontanément.



Les Principes de la Stigmergie

ex: Wikipedia, Wordpress

1er principe : les actions doivent laisser des traces perceptibles.

Ouverture : Transparence et accessibilité des données a priori

Ceci suppose une grande transparence. Si l'information est cachée ou difficilement accessible aucun processus d'auto-organisation spontanée ne pourra se faire.

2ème principe : mécanisme de contrôle a posteriori

3^{ème} principe : Auto allocations des tâches

Quand un groupe grandit, le nombre d'interactions potentielles entre les participants grandit lui aussi, mais de façon exponentielle ce qui augmente le temps et le cout de communication. Conserver de petit groupes de travail permet d'augmenter **la qualité de communication, plutôt que la quantité.**

Quand les individus sont libres de s'organiser, ils ont naturellement tendance à recréer des petits groupes de travail où tout le monde se connait et où l'interaction et la discussion sont faciles.

Principes (2)



4^{ème} Principe : Avoir un objectif prépondérant

Un objectif prépondérant est quelque chose d'assez grand et persuasif pour aider les individus et les groupes à surmonter leur différences personnelles afin d'arriver à quelque chose de plus important que ce qu'ils auraient pu faire en restant isolés.

Les objectifs prépondérants ont aussi tendance à communiquer les valeurs clés, les croyances, les normes du groupe, ce qui a pour effet d'attirer des participants partageant ces valeurs

(Principes 3)



5^{ème} Principe : Grand nombre et grande diversité d'agents

Avoir un groupe de grande taille augmente la probabilité d'obtenir une correspondance entre les tâches à effectuer et les compétences en présence.

C'est aussi l'idée derrière le concept d'innovation ouverte. Même si une grande organisation possède de nombreux talents en interne, il y a toujours plus de talents à l'extérieur, qu'à l'intérieur de l'organisation.

En fait à notre époque de réseaux, où les clients et usagers ne sont plus simplement consommateurs, mais des contributeurs qui peuvent participer à la conception de produits, de services, à leur promotion et voir même à leur financement, la frontière entre l'intérieur et l'extérieur d'une organisation devient donc de plus en plus poreuse.

Principes 4



Comme dans les écosystèmes, la biodiversité est importante : **une monoculture est moins productive qu'une polyculture**

Au delà du nombre et de la diversité des talents, il y a une notion d'interactions. Il ne suffit pas d'empiler les talents, **il faut aussi qu'il y ait du lien entre les agents** (pensez à la différence entre une foule et une communauté, les liens entre les gens ne sont pas du tout les mêmes).

C'est **cette diversité interactive qui fera effectivement la force du système**

Les Modèles d'Organisation



Dans le monde du travail, **le modèle hiérarchique et compétitif** est le plus fréquent : le travail est partagé par la hiérarchie. Celle-ci assure ou délègue des tâches de supervision et de coordination. Ce modèle est coûteux : contrôles, initiative bridée... De plus, la compétition crée des redondances, ralentit et gâche des ressources (...). La compétition nécessite aussi du secret.

Un deuxième modèle est le **modèle par coopération**. Il n'est viable que dans des groupes restreints. Il est coûteux en temps et ressources à discuter et à discuter les discussions. Dans le modèle hiérarchique, un individu contrôle le groupe, ici le groupe contrôle l'individu.

La stigmergie est **un autre modèle de gouvernance et d'organisation**. Inspiré du modèle de coordination des insectes sociaux, il repose sur la collaboration et l'initiative. Aucun individu n'a besoin de permission (modèle compétitif) ou de consensus (modèle coopératif) pour proposer une idée ou initier un projet. Les travailleurs ont une autonomie complète pour créer comme ils le souhaitent ; le pouvoir du groupe d'utilisateurs réside dans sa capacité à accepter ou rejeter le travail.

Le MODELE STIGMERGIQUE

