

abacane.



## MANIFESTO

abacane, c'est un nouvel espace entre les personnes et les marques.

Nous sommes un nouveau service et nous sommes conscients que notre approche ne ressemble à nulle autre. Si aujourd'hui notre vision peut paraître utopique, nous restons convaincus de son bien-fondé.

Nous avons encore tout à prouver, mais nous restons confiants et nous ne manquons pas de convictions.

Nous évoluons vite, mais nous restons une entreprise à taille humaine, avec une équipe soudée et une communauté engagée où chacun est entendu et écouté. C'est ce qui fait notre force.

*Et puis nous vous avons, vous.*

C'est sur la base d'une relation de confiance, d'une relation transparente où le partage et la communication priment que nous souhaitons évoluer.

Nous avons pour ambition de faire basculer la relation entre utilisateurs et marques vers un échange plus sain et plus équitable. Nous voulons faire évoluer les choses et c'est ensemble que nous y arriverons.

Nous sommes abacane.



## UN CONSTAT SIMPLE

Aujourd'hui, **le marché publicitaire en ligne ne convient à personne**, ni aux marques, ni aux utilisateurs.

D'un côté, il y a les marques qui dépensent des sommes folles pour ne toucher qu'une infime partie d'utilisateurs réellement attentifs à leurs messages. De l'autre, il y a les utilisateurs, assaillis de messages à longueur de journée et pour qui le profil digital est largement utilisé, sans que leur attention ne soit jamais rétribuée.

**L'utilisateur devient un objet**, sollicité de toutes parts par une multitude d'offres publicitaires pour lesquelles il n'a rien demandé.

Que ce soit pour un besoin immédiat ou juste pour flâner, ses moindres gestes/clics sont captés, étudiés, enregistrés et vendus, sans vraiment lui demander son consentement.

**Les marques s'époumonent** à communiquer en masse pour toucher le maximum de personnes (au risque d'obtenir un effet contreproductif), dans le but qu'au moins une infime partie d'entre elles voient ses messages. Une perte financière énorme pour toucher des gens qui ne sont, finalement, pas vraiment intéressés.

### *Alors qu'attendons-nous pour faire évoluer les choses ?*

Chez abacane, nous croyons en un fonctionnement plus juste et équitable pour tous, aussi bien pour les utilisateurs que pour les marques.

*Nous pensons qu'il est temps de faire bouger les choses  
pour que chacun reprenne la main, reprenne le pouvoir.*

Nous croyons que la façon actuelle de communiquer entre marques et utilisateurs a fait son temps et nous croyons en **une solution plus efficace** pour que chacun y trouve son compte.

Nous croyons en **une solution simple et transparente** qui profite à tous pour que l'internaute reprenne le pouvoir sur les messages qui lui sont soumis et que les marques entrent en contact uniquement avec des personnes avec un fort potentiel d'attention et d'intention.

abacane.



NOTHING IS  
IMPOSSIBLE

## POURQUOI AUJOURD'HUI ?

A l'heure où la France traverse une période de crise majeure et où les français sont de plus en plus en difficulté, nous avons décidé d'agir pour [le bien commun](#).

A l'heure où les inégalités se creusent, nous avons décidé [d'être initiateurs de ce changement](#) qui, nous espérons, deviendra la norme demain.



Notre vision est radicale, nos ambitions fortes.

Quoi qu'il arrive, la transparence et la bienveillance resteront nos valeurs clés.

Créer une relation de confiance nous est primordial et nous serons intraitables sur le sujet.

**Nous prenons avec vous un engagement fort, parce qu'il n'y a qu'une valeur, la vôtre.**

NOUS VOULONS CHANGER LES RÈGLES.  
ET PETIT À PETIT, AVEC VOUS, NOUS Y ARRIVERONS.

## NOTRE VISION DE LA RELATION MARQUES – UTILISATEURS



### *UNE RELATION EGALITAIRE*

Pourquoi se contenter d'un système qui ne place pas les utilisateurs, les marques et tous les commerces en ligne au même niveau ? Pourquoi un utilisateur, pourtant essentiel au développement économique de chacune des parties, devrait-il subir cette relation ?

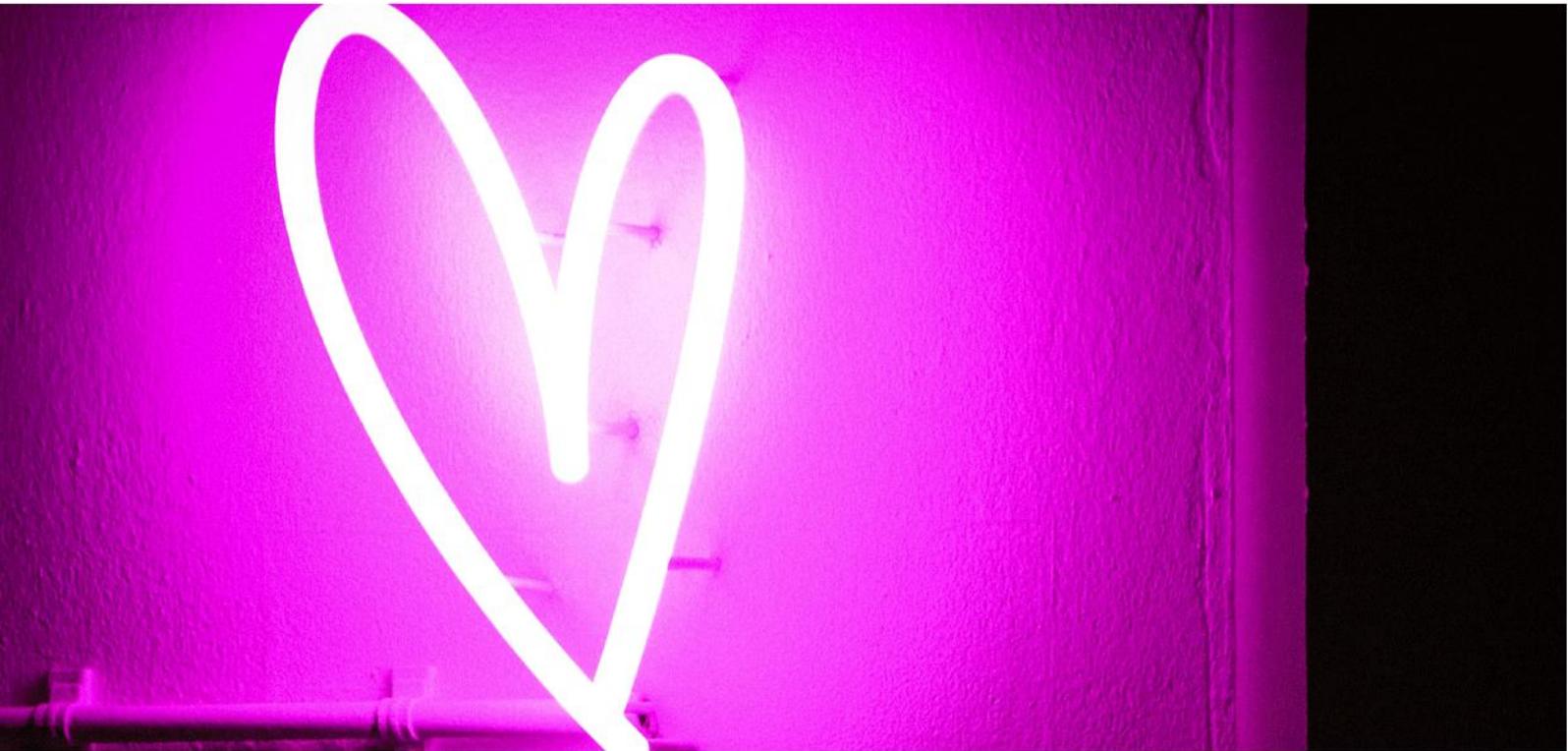
*Pour abacane, cette relation doit avant tout être égalitaire,  
pour que chacun y trouve son compte.*

Pour nous, l'utilisateur doit pouvoir choisir par lui-même les messages qu'il a envie de voir, au même titre qu'il est primordial que son attention soit valorisée et pas juste utilisée. Pour nous, les marques et les commerces doivent pouvoir communiquer à bon escient en recentrant leurs efforts. Il est essentiel qu'ils échangent uniquement avec des utilisateurs attentifs ayant de réelles intentions.

abacane remet de l'équité dans cette relation en offrant aux utilisateurs intentionnistes une rétribution qui leur revient de droit et en permettant aux marques et commerces de s'adresser à une cible réellement intéressée.

Parce que nous croyons en une relation où il n'y a aucun perdant.

## NOTRE VISION DE LA RELATION MARQUES – UTILISATEURS



### *UNE RELATION DE CONFIANCE*

Pourquoi accepter d'être confronté à des messages de marques pour lesquels nous n'avons pas la moindre confiance ? Pourquoi se demander à chaque clic de quelle manière notre profil va être utilisé ou si la plateforme est bien sécurisée ?

Pour abacane, cette relation ne peut exister si elle n'est pas établie en toute honnêteté entre les parties. En devenant abacaner, les utilisateurs et les marques s'engagent sur leur fiabilité.

Un contrat moral se crée en accédant à nos services, c'est ainsi que nous établissons des relations saines où la confiance prime.

abacane permet aux abacaners de naviguer en toute sécurité et d'assurer à tous ses utilisateurs de la véracité des propos/messages qui seront communiqués.

Nous ne laissons pas la place au doute et travaillons pour que vous puissiez profiter de nos services en toute tranquillité.

# abacane.

## NOTRE VISION DE LA **RELATION** MARQUES - UTILISATEURS



### *UN ECHANGE EMOTIONNEL*

Pourquoi n'y a-t-il pas plus «d'humain» dans nos échanges et surtout, pourquoi faudrait-il s'en contenter ?

Pour abacane, il est nécessaire de **recréer du lien dans les relations**. C'est ainsi qu'on établit une connexion forte entre les parties, c'est ainsi qu'on fidélise et qu'on prend du plaisir à échanger.

Créer une expérience unique avec ses utilisateurs et leur faire **vivre des moments uniques**, c'est comme ça que toute relation devrait-être.

abacane permet à ses utilisateurs de vivre et faire vivre des expériences uniques permettant de créer un lien émotionnel, permettant de rendre leur navigation plus ludique et plus agréable. Nous croyons qu'il est essentiel de rendre ces échanges plus humains, plus vrais.

# abacane.

## NOTRE VISION DE LA RELATION MARQUES – UTILISATEURS



### *UNE RELATION SUR LA BASE DU VOLONTARIAT*

Pourquoi devrions-nous accepter de subir les messages qui nous sont proposés ?  
Pourquoi sont-ce les marques qui vont vers les utilisateurs et non l'inverse ?

Pour abacane, il est temps de bousculer notre manière de fonctionner ; parce qu'il est indispensable que l'utilisateur soit volontaire et libre pour en faire un intentionniste.

Un utilisateur qui entre dans une boutique par lui-même pour répondre à un besoin sera beaucoup plus attentif à ce que le vendeur pourra proposer qu'un autre ayant reçu un flyer.

*abacane redonne le pouvoir aux utilisateurs* en créant une relation basée sur le volontariat.

Il est important de créer un cadre où l'utilisateur est libre de faire ses propres choix et de prendre ses décisions, sans être confronté à du démarchage intempestif. Un cadre où il a la main sur ses données et décide des informations qu'il accepte de communiquer.

# abacane.

## NOTRE VISION DE LA RELATION MARQUES - UTILISATEURS



### *UN ECHANGE AUTHENTIQUE*

Sur le digital, on ne sait jamais à qui on a à faire, que ce soit les faux profils utilisateurs ou les sites de drop shipping cachés. Alors pourquoi s'en contenter ?

Pour abacane, il est primordial de créer de l'authenticité dans une relation si on veut qu'elle fonctionne.

*abacane s'engage à mettre plus de vérité et de sincérité dans les échanges.*

Nous croyons qu'une relation ne peut être fiable que si chaque partie fait preuve d'honnêteté. Pour la qualité de l'échange, une marque doit pouvoir savoir à qui elle a à faire, de la même manière qu'un utilisateur a le droit de savoir ce qu'on attend de lui précisément.