



abacane.

DOSSIER DE PRESSE 2022

COME
RUN
WITH
US

abacane® , petite (r)évolution du monde digital

abacane est une [plateforme sécurisée](#) qui met en relation des consommateurs avec des marques et des sociétés de services.

L'aspect novateur d'abacane réside dans la proposition de valeur fournie à ses utilisateurs. Ils [choisissent](#) les marques avec lesquelles ils souhaitent vivre [une expérience immersive, originale et personnalisée](#) en fonction de leurs intentions d'achats.

Pour les marques, c'est l'avantage de [décupler leur image](#) face à un public captif dont elles reçoivent des retours live de la part de leurs consommateurs.

A vibrant purple particle explosion against a black background. The explosion originates from the right side and spreads towards the left, with many small, bright purple particles trailing behind the main cloud. The overall effect is dynamic and energetic.

abacane

C'est quoi ?

abacane, c'est quoi ?

Vidéo disponible [ici](#)



La genèse d'un nom

Le terme **abacane** est né de l'imaginaire d'une petite fille de 2 ans, qui, adorant se cacher, cherchait à fabriquer son "abacane".

Nos âmes d'enfants ont de suite été conquises par ce mot pour définir notre société et ses services. Car la cabane reprend en tous points nos valeurs : la **sécurité**, la **confiance**, le **côté intime** de l'endroit où l'on aime se créer de nouvelles histoires.

Ces nouvelles histoires, ce sont celles de **nos membres**, celles qu'ils décideront d'écrire en direct avec les interlocuteurs de leur choix.



Le projet abacane



ABACANE EST NE D'UN CONSTAT SIMPLE : LE MODELE PUBLICITAIRE DIGITAL ACTUEL EST EN PERTE D'EFFICIENCE

D'un côté, les internautes, qui prennent conscience que leurs données de navigation sont détenues, exploitées et revendues par des entreprises spécialisées américaines sans transparence ni contrepartie.

De l'autre, les marques de biens et de services qui ont besoin d'émerger dans un univers digital publicitaire saturé et dans une économie de l'attention de plus en plus fugace avec des consommateurs sur-sollicités. Elles ont besoin de recréer du lien avec leurs publics.

Et puis, la crise du COVID-19 qui est venue bouleverser la manière dont les personnes interagissent et échangent. Cela a mis en exergue une forte croissance de l'utilisation de la visioconférence.

Comment repenser la communication de façon plus responsable et recréer du lien entre les marques et leurs publics ?

Ce sont sur ces points que l'équipe d'abacane a travaillé : proposer une plateforme de mise en relation entre les marques et leurs consommateurs dans laquelle chacun y trouve son compte.

Un espace *privacitaire*

AVEC LA PRIVACITE ABACANE DONNE UN NOUVEAU SOUFFLE A LA PUBLICITE, UNE ALTERNATIVE PLUS JUSTE ET PLUS HUMAINE AU MODELE ACTUEL

Là où la publicité a pour enjeu de toucher un maximum de personnes, la privacité, cherche à n'entrer en contact qu'avec des *personnes attentives à ses messages, des intentionnistes*.

Alors que la publicité relève de ce qui est public, la privacité relève de ce qui est *privé, sécurisé*. En opposition aux espaces publicitaires, nous parlons d'espaces privacitaires.

A la différence de la publicité, qui communique de manière verticale, la privacité permet un *véritable échange avec les consommateurs*, une communication horizontale qui place les deux parties au même niveau.

Avec la privacité et son espace privacitaire, *le consommateur devient un collaborateur*, il est écouté et considéré dans un espace où il se sent en confiance.

Ce sont sur ces points que l'équipe d'abacane a travaillé : proposer un "*espace privacitaire*", une plateforme de mise en relation entre les marques et leurs consommateurs dans laquelle chacun y trouve son compte.

Le mot de la fondatrice

FEDRA DJELASSI-PIVERT, CEO

“Nous sommes convaincus que la valeur créée sur Internet par les utilisateurs devrait revenir à celui qui la crée : l’individu. Par ailleurs aucun média actuel ne garantit aux marques **une intention déclarée 100% déterministe couplée à une attention garantie**.

Les utilisateurs ont un espace sécurisé où ils trouvent le moyen de parler aux marques directement, quand ils en ont le besoin et la possibilité d’augmenter leur pouvoir d’achat.

abacane proposera aussi de soutenir en 2 clics la ou les associations que nous mettrons en avant car nous souhaitons sincèrement que notre plateforme propose une alternative plus pertinente, plus utile et plus équitable aux modèles actuels.

Il est temps que les internautes reprennent le pouvoir sur leurs données, et nous offrons une option dans ce sens.

Nous espérons que notre proposition séduira les consommateurs et que demain nous devenions un canal de communication d’un nouveau genre.

Notre objectif est de devenir la référence de cette nouvelle forme de mise en relation entre marques et consommateurs, en France dans un premier temps.”

“ Si nous pouvons à notre échelle aider à participer à un monde plus juste nous aurons accompli notre mission. ”

Comment ça fonctionne ?



Sélection

Une plateforme personnalisée

abacane est une plateforme personnalisée qui propose à ses membres **des contenus et vidéos** en fonction des centres d'intérêt qu'ils ont renseigné.

Derrière chaque contenu, il y a une marque, qui a **un message à faire passer, une expérience à partager, une histoire à raconter.**

Tout est mis en œuvre pour que l'expérience soit **originale** pour l'utilisateur.

Interaction

Des contenus interactifs

Le membre va alors **choisir** les histoires de marques qu'il a envie d'écouter et prendra quelques minutes pour regarder le contenu qui lui est proposé.

Un **contenu interactif** où il pourra échanger en **direct** avec un interlocuteur qui représente la marque (fondateur, influenceur, communicant...), poser des questions, donner son avis **ou tout simplement discuter !**

Rétribution

Des utilisateurs rémunérés

Sur abacane, **l'attention des utilisateurs a de la valeur.**

Une fois l'expérience terminée, le membre est **rémunéré** pour le temps qu'il lui aura consacré.

De l'argent qui alimente sa cagnotte et qu'il peut **transférer** sur son compte bancaire (et bientôt, **faire des dons** à des associations).

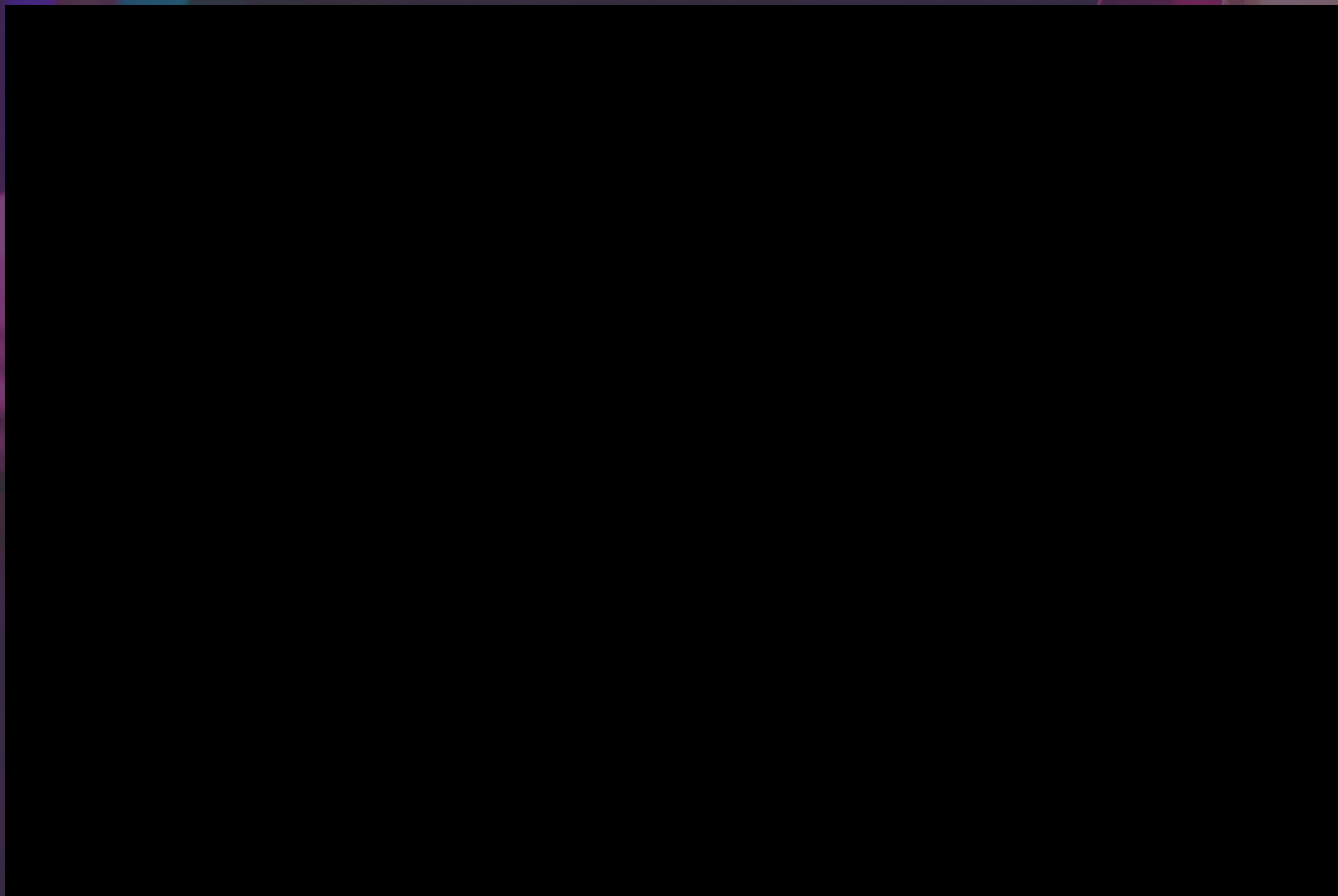


abacane®, bien plus que de la vidéo !

- ✓ **Des expériences inédites et interactives.**
- ✓ **Une nouvelle manière d'échanger avec les marques.**
- ✓ **Une plateforme qui vous rémunère.**
- ✓ **Votre attention enfin valorisée !**
- ✓ **Un espace sécurisé qui vous redonne le pouvoir.**

Abacane, bien plus que de la vidéo !

Vidéo disponible [ici](#)





Qui

sommes-nous ?

Qui sommes-nous ?

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**.

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 & marques vers un **échange plus sain, plus humain**.

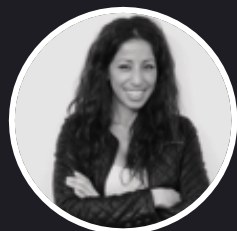
Nous voulons faire évoluer les choses et c'est **ensemble** que nous y arriverons. Nous sommes

abacane.

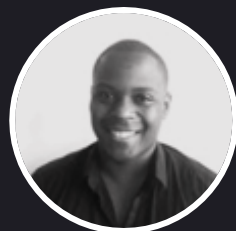
Nous sommes une startup



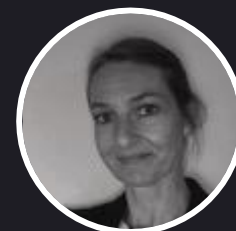
Nous sommes 9 associés



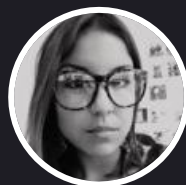
Fedra DJELASSI-PIVERT
CEO



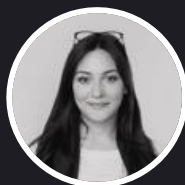
Garnes JEAN JACQUES
CPO



Agnès GAUTIER
CMO



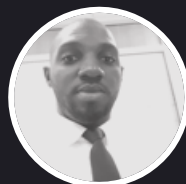
Maeva CLEMENT
HOC



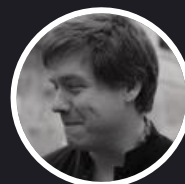
Julia URQUIJO
HOD



Bernard CAMU
CTO



Désiré ALLECHI
Resp. Juridique &
Conformité



Jean-Xavier RAYNAULD
DATA DIRECTOR



Oleksandr AVLESSI
Data Ingenieur

Un comité stratégique

« CEUX QUI VEILLENT ET NOUS EVEILLEN »

Parce que nous souhaitons être accompagnés et conseillés par des personnalités pointues dans des domaines de compétences complémentaires aux nôtres



ALAIN PIVERT

- Juge au tribunal de commerce de Saint Briec
- Directeur APM Bretagne
- DG KPMG à la retraite
- Conseil en stratégie d'entreprise



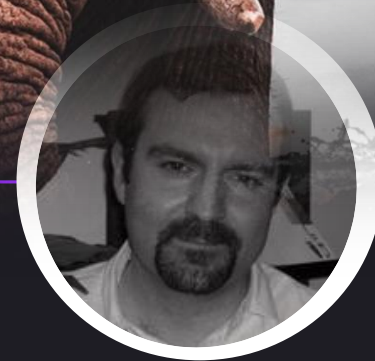
STEPHANE HUGON

- Docteur en sociologie
- Membre de l'équipe de recherche de l'ENS des arts décoratifs sur les questions d'identités numériques
- Fondateur du cabinet Eranos
- Ecrivain



BENOIT HAMON

- Fondateur de BH conseil sur les problématiques environnementales et sociétales
- Fondateur de SensTV
- Conseiller régional d'Île de France



MARC PANIC

- Fondateur the Searchwork (racheté par Tradedoubler)
- CEO OneSixtyTwo
- COO GroupM Interaction EMEA
- Fondateur et CEO The Programmatic Company



RAPHAEL PIVERT

- Directeur Business Media Science GroupM WPP
- Membre du comité Internet Médiamétrie
- Membre du comité de diffusion ACPM
- Expert sur les relations médias, marques et efficacité

Avec des valeurs

INTEGRITE

& transparence

abacane est une entreprise française et elle compte le rester. Il est important pour nous de contribuer à l'économie française.

A l'image de la transparence qui nous habite, nous choisissons de nous plier aux règles de notre pays comme le font tous les Français, comme le fait notre communauté.

BIENVEILLANCE

& respect

Chez abacane, nous faisons de la bienveillance une de nos priorités. Aussi, aucune de nos publications n'aura pour but de pointer du doigt ou d'émettre le moindre jugement de valeur.

C'est également un point que nous appliquons rigoureusement au sein de notre équipe, où le respect prime.

ECHANGE

& partage

Nous prônons l'écoute et œuvrons pour recréer du lien entre les différents acteurs du monde digital.

Parce qu'aujourd'hui, la digitalisation nous a individualisé et nous pensons qu'il est temps de remettre du relationnel/de l'humain dans nos échanges.



Notre mission

Notre mission est de faciliter la rencontre et les échanges entre un utilisateur ayant un besoin immédiat et une marque à la recherche d'un vrai prospect intentionniste.

Notre mission est de redonner aux utilisateurs le pouvoir de choisir les messages auxquels ils vont être confrontés et donc d'assurer aux marques d'entrer en contact uniquement avec des prospects attentifs aux messages qu'ils souhaiteront leur délivrer.

Notre mission est de redonner de la valeur aux utilisateurs et de leur redistribuer ce qui, pour nous, leur revient de droit.



abacane.

MERCI

fedradjelassi@abacane.fr
maevaclement@abacane.fr

www.abacane.com



ANNEXES

[Article](#) « de la publicité à la privacité, une innovation dans notre manière de communiquer ».

Portrait de startuper
[Interview](#) de Fedra Djelassi-Pivert, CEO

Emission de radio IDFM « Le bar de l'économie »
[Interview](#) vidéo de Fedra Djelassi-Pivert, CEO

Abacane, [référéncé startup à impact](#) social et environnemental,
par France Digitale et Bpifrance Le Hub

Cat. Social, sous cat. Inclusion & Lien Social problématique Cohésion sociale & solidarité.

Little Syster « entretiens de la vie privée dans l'espace
numérique »
[Interview](#) vidéo Fedra Djelassi-Pivert, CEO

