

Les herbes folles

Café Herboristerie culturel.le

GOURMANDISE  BIEN-ÊTRE



2022

Rapport de Mission



Référente de mission
Fabienne Goudeau

Contact :
4, rue des Trois Fuseaux
17000 La Rochelle
fabienne@lesherbesfolleslr.com
Tél : 09 82 22 68 19
www.lesherbesfolleslr.com

Les herbes folles

Café Herboristerie culturel.le

GOURMANDISE  BIEN-ÊTRE

Préambule

« Dès sa conception en 2020, la société L.H.F. a eu l'ambition de créer de la valeur sociétale » (Extrait du rapport de Mission 2021- p3). "Créer de la valeur sociétale"... Qu'est-ce donc que cette idée ? ... Dans un monde où l'Entreprise a la lourde réputation (et souvent à juste titre), de ne se préoccuper que de ses intérêts financiers...

Certes les entreprises se préoccupent indéniablement de leur « rentabilité », notion essentielle à leur survie. L.H.F. n'échappe d'ailleurs pas à cette réalité. Mais quel rôle les entreprises tiennent-elles vraiment dans la société ? Quel est leur utilité et leur impact (positif ou négatif) sur la vie des gens ? Quelle réelle "valeur" créent elles pour le bien de la Société ?

Aux Herbes Folles, on aime à penser, que ce qui compte vraiment c'est le sens qu'on donne aux choses que l'on crée, puisque ce sens en constitue la valeur justement ! L'impact de nos actions sur les autres, et donc sur l'environnement qui nous entoure, se doit autant que faire se peut, d'être positif ou neutre, et d'être par là même utile à la Société.

On ne se dit pas que nos actions vont changer la face du monde (ha bon ?), mais on compte bien faire en sorte qu'elles y participent (absolument) !

Les herbes folles

Café Herboristerie culturel.le

GOURMANDISE  BIEN-ÊTRE

SOMMAIRE

<i>Une Folle Aventure... à Mission</i>	1
Donner du sens mais encore...	1
Une "Société à Mission", mais quèsaco ?	2
Raison d'Être et création de valeur sociétale	3
Définition du périmètre d'actions	4
L'évaluation et le contrôle de la Mission	5
La priorisation des objectifs en 2022	7
2021 Rappel : Un chantier de 16 objectifs opérationnels	6
2022 : Prioriser et consolider ce qui a été engagé	7
Modèle de Mission 2022	10
Les actions mises en oeuvre	11
Charte qualité et grille d'évaluation fournisseurs 2022	11
La consolidation du programme culturel	14
Le développement des autres médias de transmission	21
Le développement de notre réseau de parties prenantes	23
En conclusion...	25
Partenaires et soutiens	26

L'entreprise *L.H.F.*, alias *Les Herbes Folles*, est un projet hybride dédié au Végétal et au Bien Être. L'établissement est doté d'une Herboristerie Bio, et d'un Café Culturel. C'est un lieu de vie, de culture, et de lien social. L'établissement a défini dès sa conception, des objectifs sociétaux qui sont le sens même de son existence. C'est pourquoi en tant qu'entreprise commerciale, elle a choisi de se doter de la qualité de "société à Mission". Mais qu'est ce donc que cela ?

Donner du sens mais encore ?

En apparence, *Les Herbes Folles*, c'est au départ une herboristerie doublée d'un bar doté d'une licence IV. Pourtant, pour ses fondateurs, ce n'est pas un point de départ, mais le résultat de la concrétisation d'un projet plus large.

En effet, la vraie ambition de départ et expressément nommée, est la création d'un établissement culturel dédié au Végétal, autour de l'expertise de Magali, elle même fondatrice, ancienne directrice d'espace culturel et herbaliste spécialisée.

La création in fine d'un « Café Herboristerie Culturel.le », est la concrétisation économique du projet, l'assurance de sa viabilité et de son autonomie financière. Mais son véritable enjeu est plus largement social, culturel et environnemental. Et c'est là sa singularité.

Le choix du statut « d'entreprise commerciale » et de sa qualité de « société à Mission » (Loi Pacte de 2019) est en quelque sorte **l'outil de la réalisation d'un projet d'entreprise qui se veut RESPONSABLE et DURABLE**. Ainsi, le mode de croissance choisi doit concilier économie (auto-suffisance), social (le rapport aux autres), et environnement (le rapport aux écosystèmes environnants). La notion de « durabilité » suggère de réfléchir sur nos modes de fonctionnement à long terme pour les générations futures.

Par ailleurs, L.H.F. relève également de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS) régie par la loi de 2014. Par là même elle s'est engagée sur une lucrativité limitée statutairement. (CF. rapport de Mission 2021)

Car à quoi bon ouvrir une herboristerie dédiée au bien-être sans **INFORMER** sur l'importance des produits à base de plantes sans pesticides, et sans **TRANSMETTRE** aux gens les savoirs sur leurs bienfaits et leur utilisation ? A quoi bon parler de Végétal sans **FAIRE LA CONNEXION** avec **LA NATURE** et **L'ENVIRONNEMENT** plus généralement ? Et pourquoi ouvrir un énième bar à La Rochelle, sans y inviter d'autres acteurs pour **ECHANGER** et **PARTAGER** sur toutes ces questions ?



Une entreprise à Mission, mais quèsaco ?

Initiative de façade et greenwashing pour les uns, ou révolution sociétale pour les autres, la QUALITÉ d'entreprise à Mission n'est autre qu'un engagement vis à vis de la société, sur des enjeux d'intérêt général.

Toute structure peut y prétendre, quel que soit son statut juridique, puisque la lucrativité des entreprises commerciales n'est pas pour autant excluante. Le vrai enjeu réside en fait dans la vérification publique que l'entreprise "dit bien ce qu'elle fait, et fait bien ce qu'elle dit".



En d'autres termes : de la transparence, une évaluation et un contrôle extérieur indépendant, valident ou invalident cette ambition affichée d'agir et d'avoir un impact sur des enjeux d'intérêt général utiles à la Société.

Petit mémo sur l'entreprise à Mission...

- 
- Une responsabilité élargie :**
- Sa performance ne se résume pas à sa rentabilité
 - La mission donne le cap de la stratégie d'entreprise, pour un potentiel de transformation fort
 - Elle dispose d'une raison d'être, un sens à son existence
 - Comme le colibri l'entreprise fait sa part et participe par l'exemple, et se remet en question de manière permanente

- 
- Un cadre légal :**
- Art 1835 code civil / loi Pacte de 2019
 - Un engagement statutaire

- 
- Une prise en considération des parties prenantes :**
- En interne, par exemple avec ses salariés
 - En externe, que ce soit avec des partenaires, des clients, ou tout autre personne en rapport avec ses activités

- 
- Un contrôle :**
- Une vérification par un comité de mission en interne, distinct des organes sociaux de la société
 - Un Organisme Tiers Indépendant (OTI) effectue une évaluation de l'utilité des actions sociétales selon les objectifs statutaires initiaux

La Raison d'Être & création de valeur sociétale

Les associés fondateurs ont défini statutairement la Raison d'Être des *Herbes Folles*, et donc le sens de son existence. Cette Raison d'être représente en quelques sorte, les ambitions de "transformation sociétale" auxquelles l'entreprise aspire, et donc sa "création de valeur sociétale".



1 Favoriser la connexion de l'Homme avec le Végétal et la Nature

La vulgarisation des savoirs (souvent ancestraux) sur les plantes permet de **sauvegarder un patrimoine immatériel** en le transmettant. La mission concerne :

- **Les plantes médicinales** d'abord, leurs bienfaits sur la santé et le bien-être,
- **Tout autre sujet concomitant**, qu'il soit traité en interne ou par des tiers extérieurs

3 Participer au progrès économique, social, culturel et environnemental sur son territoire de référence



Quel est notre rapport au monde végétal ? Que ce soit en zone rurale ou urbaine, les plantes sont un élément essentiel à la survie et au bien être des Hommes. Rester connectés au végétal et à la nature c'est :

- Interroger et soulever des **problématiques écologiques** qui sont au cœur de l'évolution de notre société
- Se rappeler **l'importance de sensibiliser les autres** à sa sauvegarde pour le bien de tous



2 Sauvegarder et transmettre des savoirs

Le projet des Herbes Folles se veut être menés en responsabilité et durablement :

- **La notion de progrès s'entend au sens d'impact** sur son environnement (économique, social, culturel et écologique) et ses écosystèmes
- **Son champ d'action est multiple** : que ce soit dans ses pratiques professionnelles, la mise en oeuvre de son modèle économique, son rapport aux autres, sa mission culturelle, ou encore les implications environnementales dans ses actions



Définition du périmètre d'actions

Après avoir défini le sens de son existence, L.H.F. a ensuite délimité son périmètre d'intervention, et ses engagements en termes d'actions à mener. Ce sont ces objectifs statutaires, qui donnent le cap à la stratégie d'entreprise,



5 objectifs statutaires...

- 1 Inciter à une consommation responsable et engagée**
"Faire et donner à faire" : avoir une offre responsable et inciter les autres à acheter responsable
- 2 Sensibiliser et générer une économie de la connaissance**
Produire de la connaissance accessible à tous, la sauvegarder (inventorier, rassembler, documenter, donner à voir...), la transmettre, la diffuser et la faire circuler
- 3 Faire société autour de nos thématiques**
Susciter la rencontre, l'échange avec des tiers, développer un réseau de parties prenantes, pour discuter, échanger, interpeler, questionner, enseigner, partager des connaissances d'experts ou d'expériences
- 4 Réduire notre impact sur l'environnement**
Mettre en perspective nos pratiques professionnelles et leur impact avec les enjeux écologiques, en vue de s'améliorer
- 5 Un modèle de gouvernance vertueux**
Proposer un modèle d'entreprise qui respecte les valeurs sociétales exposées (sociales, culturelles et environnementales), des valeurs "en responsabilité et durables", et surtout en interaction avec ses écosystèmes.



L'évaluation et le contrôle de la Mission

La qualité de société à Mission est conditionnée par le contrôle de 2 organes indépendants : le Comité de Mission et l'Organisme Tiers Indépendant (OTI). Ils sont les garants du suivi et du contrôle de la cohérence des actions menées par l'entreprise avec les engagements statutaires de l'entreprise.



Le Rôle du Comité de Mission

Un Comité de Mission s'est constitué afin de suivre et shallenger la réalisation des objectifs de Mission. Il se réunit au moins 1 fois par mois pour le suivi des objectifs opérationnels de Mission, qu'il fait évoluer dans le temps. Il rédige un rapport de Mission chaque année pour rendre compte de son travail.

L'entreprise n'ayant pas encore de salarié titulaire, le Comité de Mission se compose pour le moment de ses 3 associés : Magali Lugan, Bruno Lugan et Fabienne Goudeau. En cas d'embauche, le ou les salarié(s) intègrera(ront) automatiquement l'organe de travail. Fabienne Goudeau, associée minoritaire ne disposant pas de mandat social est désignée comme la Référente de Mission.

L'Organisme Tiers Indépendant (OTI)

Comme prévu par la loi, un Organisme Tiers Indépendant (OTI) est désigné afin de vérifier la cohérence et la pertinence des actions menées avec la Raison d'Être et les objectifs prédéfinis dans les statuts d'entreprise. Il rend un avis tous les 2 ans, ou 3 ans pour les TPE.

C'est le cabinet AUCENTUR à Bordeaux, qui est en charge de cette tâche pour *Les Herbes Folles*. Il a rendu un premier rapport sur l'exercice 2021 et a validé sa qualité de "Société à Mission". Ce rapport est consultable à tout moment sur le site des Herbes Folles.



Son évaluation porte sur plusieurs points :

- La singularité de la Mission
- La mobilisation des parties prenantes
- L'alignement de la Mission avec le concept d'entreprise
- La contribution sociétale
- L'ambition d'innovation

Après avoir défini sa Raison d'Être et **5** objectifs statutaires qui donnent le cap à la stratégie d'entreprise, L.H.F. s'est ensuite fixé des objectifs opérationnels à réaliser. En 2021, 1^{ère} année d'exercice pour *Les Herbes Folles*, il n'y avait pas moins de **16** objectifs opérationnels ! (pour plus de détails cf. le rapport de Mission 2021). Ces objectifs sont encore le socle de réflexion en 2022.

2021 : un chantier de 16 objectifs opérationnels

1 Inciter à consommer responsable

- 1 Mise en place d'**une charte qualité**
- 2 Du **vrac** en boutique
- 3 Inciter à utiliser des **contenants réutilisables**
- 4 **Inciter les professionnels** au bio et au vrac

Imaginer des actions pour pouvoir sauvegarder et transmettre des savoirs supposait au préalable de :

- Penser l'aménagement de la boutique (signalétique, mode d'accueil clientèle et conseils, etc.),
- Réfléchir aux différents canaux de transmission : blogs, réseaux sociaux, news letter, chroniques audios, etc.

La création de l'offre de la boutique d'herboristerie s'est effectuée en posant les bases d'une politique d'achat responsable et d'une stratégie commerciale, en accord avec les valeurs et objectifs sociétaux défendus

2 Sensibiliser et générer une économie de la connaissance

- 5 Inventer une **herboristerie didactique** et pédagogique
- 6 Trouver **des médias de transmission** des savoirs

Susciter la rencontre, l'échange avec des tiers pour faire société, nécessitaient :

- **Des investissements de départ** et des travaux avant ouverture
- La création d'**ateliers et d'événements**
- Le développement d'un réseau d'**intervenants extérieurs**

3 Proposer des actions qui fassent société

- 7 **Aménager un espace adapté** qui puisse accueillir des actions culturelles
- 8 Élaborer **une programmation culturelle**

4 Réduire son impact environnemental

- 9 Politique d'**achats**
- 10 Gestion des **déchets**
- 11 Gestion de l'**eau**
- 12 Gestion de l'**énergie**
- 13 Améliorer l'**accessibilité**
- 14 Protection de la **biodiversité**



Bon nombre d'actions, constituent ici **la base du fonctionnement de l'établissement**, qui a été mise en place la 1ère année d'exercice. Certains de ces sont **des objectifs opérationnels transversaux**. Ainsi, la politique d'achat est directement liée à la création d'une charte qualité responsable (Inciter à consommer responsable). Le sujet de la biodiversité est liée au Bio en boutique, et/ou à la possibilité de faire de la sensibilisation dans le pôle culturel.

Les actions concernant le fonctionnement ont été mis en place à la création de la société pour poser **un cadre légal et opérationnel** qui guide la stratégie d'entreprise. Le développement d'un écosystème de parties prenantes est par contre **un travail de longue haleine**. Il accompagne l'évolution de l'entreprise et qui perdure dans le temps.

5 Un modèle d'entreprise et une gouvernance vertueux



- 15 Avec un fonctionnement interne réglementé :
 - Responsabilité sociétale (**RSE**) au centre de sa stratégie de développement
 - Avec des valeurs de l'**ESS** : l'humain au centre et les bénéfices réinvestis
 - **Contrôlé** par un comité de mission + un OTI
- 16 Développant **un écosystème** de parties prenantes



2022 : consolider ce qui a déjà été engagé et prioriser

Pour sa 2ème année d'activité, qui plus est après une année de crise COVID, la stratégie d'entreprise générale s'est concentrée sur 4 points principaux :

- Renforcer l'offre de la boutique
- Développer une clientèle de professionnels
- Trouver un rythme de croisière et consolider le pôle culturel malgré des restrictions financières
- Développer son réseau de partenaires dans et hors les murs

Les 16 objectifs opérationnels de Mission demeurent le socle de la réflexion des associés, pour une grille de lecture cohérente sur la progression de l'entreprise. **Néanmoins les objectifs opérationnels sont priorisés** pour porter **plus particulièrement** sur des points stratégiques à consolider.



Certains objectifs ont en effet été complètement finalisés et n'avaient pas vocation à être réitérés.

Les travaux d'aménagement pour l'accessibilité ou la création de l'espace culturel sont terminés, et la boutique est opérationnelle de manière satisfaisante pour l'accompagnement et le conseil des clients. Ils ne sont plus en soit des buts à atteindre. Ils restent par contre des pré-requis pour l'accomplissement des autres actions.

Les objectifs opérationnels clôturés

- 5. Inventer une herboristerie didactique et pédagogique
- 7. Aménager un café qui puisse accueillir des actions culturelles
- 13. Améliorer l'accessibilité
- 15. Un fonctionnement interne réglementé





Les Objectifs opérationnels en continuité

- 2. Du vrac en boutique
- 3. Inciter à utiliser des contenants réutilisables
- 4. Inciter les professionnels au bio et au vrac
- 10. Gestion des déchets
- 11. Gestion de l'eau
- 12. Gestion de l'énergie
- 14. Protection de la biodiversité

D'autres objectifs opérationnels ont été gérés en continuité des actions qui ont été mises en place en 2021 (Cf. rapport de mission 2021). Cela concerne principalement :

- Le développement de l'offre vrac notamment en savonnerie/cosméto naturelle,
- La sensibilisation au bio et au vrac des professionnels,
- Les réflexions sur l'impact environnemental dans nos pratiques professionnelles (RSE).



Les missions sociétales étant parfaitement intégrées au coeur même de l'activité économique, **les axes de travail à consolider se sont naturellement dégagés en cohérence avec la stratégie globale de l'entreprise :**

- ▶ Formaliser et rédiger la charte qualité étayée lors de la 1ère année d'activité et éditer une grille d'évaluation et de suivi des fournisseurs
- ▶ Consolider l'offre culturelle et les médias de transmission malgré les restrictions financières post crise covid
- ▶ Continuer de développer un réseau de partenaires dans et hors les murs

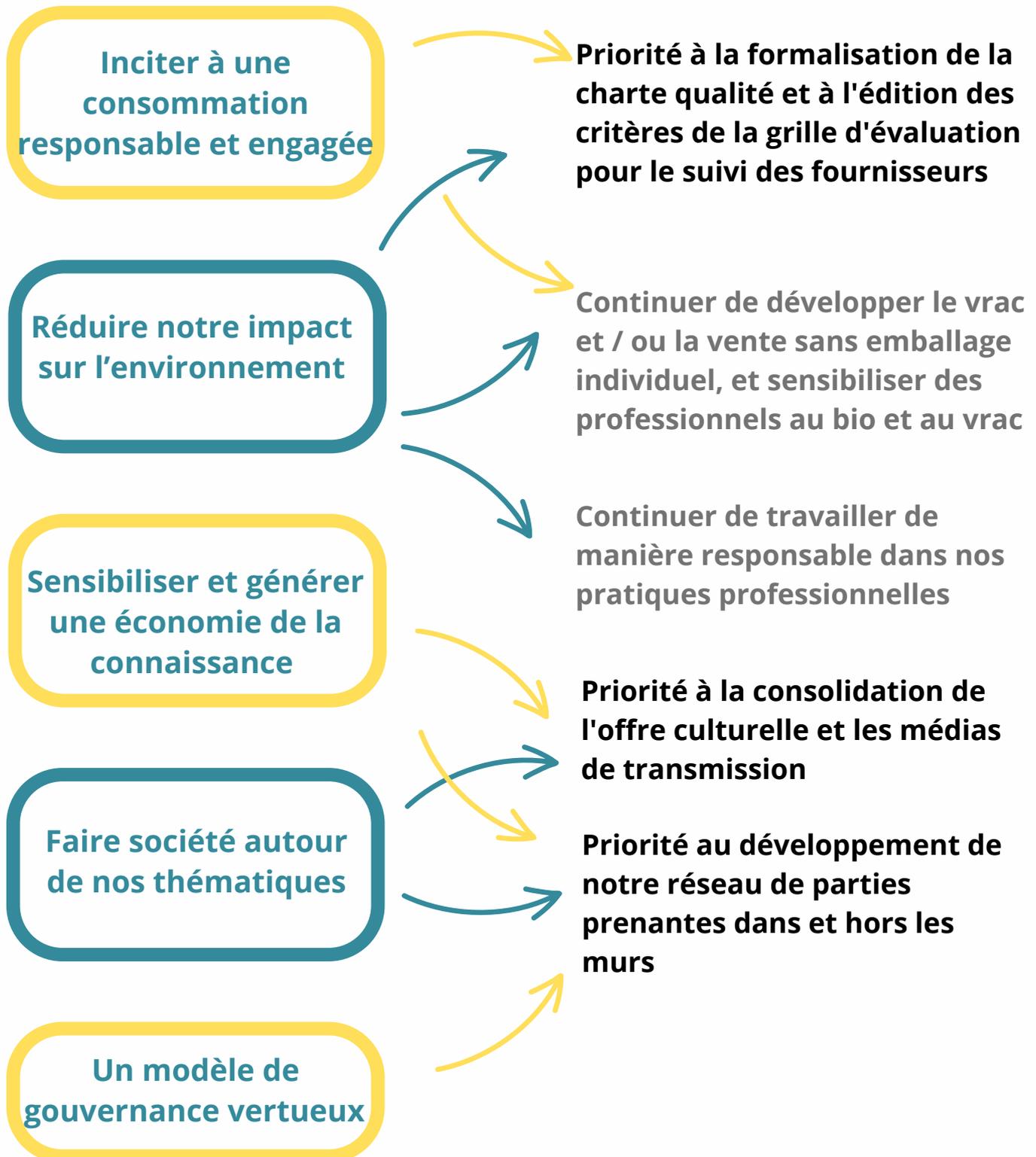


Les objectifs opérationnels prioritaires à consolider

- 1. Mise en place d'une charte qualité
- 6. Trouver des médias de transmission des savoirs
- 8. Élaborer une programmation culturelle
- 9. Politique d'achats
- 16. Développer un écosystème de parties prenantes



Le modèle de mission 2022



La priorisation des objectifs opérationnels 2022, a permis à l'entreprise de restructurer et réorganiser ses actions, tout en gardant un cap. 4 actions principales ont pu être développées.



Charte qualité

**Les herbes
folles**
Café Herboristerie culturel.le

GOURMANDISE  BIEN-ÊTRE

1 100% Bio

Tous nos produits à base de plantes médicinales sont obligatoirement bio. Pour notre bien-être, il ne peut y avoir aucune dérogation.

Nous cherchons sans cesse des solutions vrac pour nos gammes de produits, ceci pour limiter les emballages, pour acheter responsable (seulement ce qui est nécessaire), pour des prix plus petits et un accès aux produits naturels pour tous.

2 Du Vrac

Des circuits 3 courts

Parce qu'il est inutile d'aller chercher loin ce qui est à côté, et parce nous sommes soucieux de réduire notre bilan carbone, nous privilégions les circuits courts. Nous sommes constamment à la recherche de producteurs et fabricants locaux, à défaut, et dans une proportion très réduite, nous transigeons sur une production/fabrication française, et/ou européenne proche.

Nous ne travaillons qu'avec des petits producteurs et fabricants artisanaux indépendants, et nous réduisons au maximum les intermédiaires, pour toujours plus de transparence sur les procédés de fabrication et la provenance des matières premières. Nous veillons à la traçabilité et à la qualité des procédés d'extraction.

Des fabrications 4 artisanales

Priorité 5 développement durable

Production, fabrication, distribution responsables, sensibilisation aux initiatives respectueuses de l'environnement, traçabilité des matières premières, stratégies zéro déchet ou zéro carbone, gouvernance démocratique, gestion durable des forêts, de l'énergie, des matériaux ou utilisation d'emballages réutilisables ou recyclés... Nous sommes attentifs à la manière de travailler de tous nos partenaires, et nous échangeons sur nos propres pratiques.



Nos indicateurs d'évaluation



Nous établissons une grille d'indicateurs sur tous nos fournisseurs afin d'évaluer la qualité des procédés de production, fabrication et de distribution de nos produits. Cette grille est appelée à être évolutive selon nos recherches et nos échanges avec nos interlocuteurs.

- **La labélisation** : labels bio, chartes locales de filières, commerce équitable, normes cosmétiques naturels
- **L'offre vrac** et/ou en gros et semi gros
- La fabrication **locale** / et ou **française**
- La qualité de **producteurs agricoles** indépendant
- La qualité de **laboratoire artisanal** indépendant
- La transparence sur les **procédés** de production, de fabrication, et de distribution
- L'origine des composants et la **traçabilité**
- La responsabilité sociétale des structures (**RSE**) avec lesquelles nous travaillons

Grille de lecture 2022



➔ Profilage des fournisseurs de la boutique

Comparatifs / 2021	Chiffres 2022
+25 ↗	105 Fournisseurs au total (cosméto + accessoires compris)
+5 ↗	76 sont alimentaires
	→ 100% BIO* sur les produits alimentaires
+1% ↗	97%* des fournisseurs alimentaires sont labellisés*
+5 ↗	77 Produisent / fabriquent en France*
	• dont 21 en Nouvelle Aquitaine
	• dont 9 en Charente Maritime
+4 ↗	64 disposent de leur propre laboratoire de fabrication en France
+3 ↗	23 sont producteurs agricoles
+6 ↗	39 se "déclarent" artisans
+3 ↗	35 déclarent avoir une politique RSE*

➔ Les fournisseurs du Café

Comparatifs / 2021	Chiffres 2022
+5 ↗	19 Fournisseurs pour le Café
+4 ↗	14 viennent de Nouvelle Aquitaine
+3 ↗	13 viennent de Charente Maritime
+2 ↗	10 sont artisans
+2 ↗	14 disposent de leur propre laboratoire de production ou d'assemblage
+1 ↗	1 est producteur agricole

* Sur le bio et la labélisation : Seuls 2 fournisseurs alimentaires ne sont pas ou plus labellisés, en raison du coût trop important que cela suppose pour la taille de leur exploitation. Ils sont cependant en capacité de justifier d'un cahier des charges de production et/ou de fabrication ultra rigoureux.

* Sur la fabrication française : seuls 2 fournisseurs alimentaires ne fabriquent pas (ou pas entièrement) leur produits en France. Leur territoire de production est en Allemagne et en Suisse.

* Sur les stratégies RSE : Les plus petits fournisseurs (la majorité) n'ont pas les moyens ni le temps de communiquer sur leur stratégie RSE. Ils ne "déclarent" donc pas de démarche particulière. Cela ne veut pas dire qu'il n'y en a pas... La vérification se fait alors dans la relation d'achat au cas par cas et produit par produit

Les chiffres en détail



	Boutique	Café	TOTAL
Nombre fournisseurs	86	19	105
Fournisseurs alimentaires	57	19	76
Fournisseurs cosméto	8		
Fournisseurs non alimentaires	29	0	29
En région NA	21	14	35
En Charente Maritime	9	13	22
Fabriqué en France	77	16	93
Non fabriqué France	9		9
Dont vendant accessoires	7		7
Dont vendant produits alimentaires	2		2
4 Allemagne + 1 Suisse + 1 Londres + 1 Belgique + 1 Espagne	8		8
Car Fournisseur multi-produits (Metro)		3	3
Car plateforme de vente			
Laboratoires de production/transformation	64	14	78
Producteurs agricoles	23	1	24
Cueillette sauvage	8		8
Les artisans	39	10	49
non identifiés artisans	47		47
dont vendant des accessoires	14		14
Dont grossiste	1		1
Dont plateforme de vente	1		1
Dont Culturel/livres	1		1
Dont alimentaire	29		29
Dont cosméto	1		1
Faisant du VRAC	29		29
Plateformes revente et grossites	3	4	7
Déclarations de traçabilité	58	3	61
Sans déclaration de traçabilité claire sur les sites internet	28	16	44
Dont alimentaire	12	16	28
Dont cosméto	2		2
Dont autre (accessoires, etc.)	14		14
Labels Bio	83		83
Labélisé AB	71	2	73
Labels additionnels et/ou spécifiques ou de filières	33		33
Labels chartes locales ou régionales	4	1	5
Labels cosmétiques	24		24
Labels équitables	6	2	8
Fournisseurs alimentaires Non labellisés	3		3
Déclaration de démarche RSE (Respons sociétale)	35	2	37
Déclaration zéro déchets	15	2	17
Déclaration approche sociale / démocratique	6		6
Déclaration Matériaux, Embalages réutilisables ou r	20		20

La consolidation du programme culturel

Après une année 2021 encore compliquée pour cause de fin de crise COVID, l'année 2022 a donc été des plus libératrice ! Les actions se sont développées, tant dans leur nombre que dans leur diversité de thématiques. A noter également, l'initiation des actions Hors les Murs !



Profilage du programme d'ateliers et événements

Comparatifs / 2021

+126
 +64 ↗
 +45 ↗
 +10 ↗
 +2 ↗
 Nouveau ↗
 +1 ↗
 -1 ↘
 +1 ↗

Nouveau
 Nouveau
 Nouveau

Nombre et types d'actions

183 initiatives au total
113 Ateliers
 ◦ dont **52** cours de théâtre
14 Conférences
3 Expositions
2 Projections cinématographiques
2 Lectures / rencontres
1 Spectacle
2 concerts
9 Cercles de paroles / rencontres
31 Cabinets éphémères
6 Marchés extérieurs



Profilage des thématiques explorées



Comparatifs / 2021

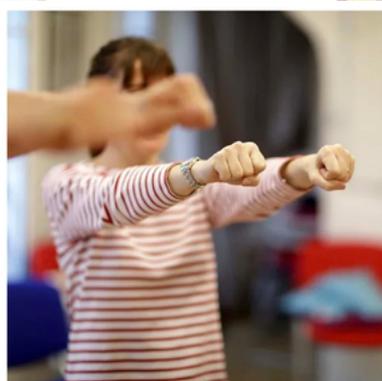
- +6 ↗ **31 Culture scientifique** (apprendre, découvrir...)
- +47 ↗ **83 Santé Bien Être** (*se faire du bien au naturel*)
- +9 ↗ **51 Le monde végétal** (*la biodiversité des plantes..*)
 - ↗ o dont **25** sur *les plantes médicinales*
- Nouveau **5 Développement Durable**
- Nouveau **3 Écologie**
- 38 ↗ **86** Utilisant le **vecteur artistique** (pour s'émerveiller, sentir, ressentir...)
 - o dont **52** purement artistiques
 - o **31** actions croisant d'autres thématiques "Bien Être" ou "Monde Végétal"



Atelier Alimentation



CERCLE DE PAROLE
MON GENRE À MOI





Liste exhaustive des initiatives programmées en 2021 et descriptions

DISCIPLINES & THEMATIQUES	NOMBRE D'INITIATIVES	DESCRIPTIFS COURTS	INTERVENANTS	COMPETENCES ET EXPERIENCES
Aromathérapie	10	Initiations et perfectionnements à l'utilisation des huiles essentielles	Eric GRIESEMANN	Pharmacien au Centre Hospitalier St Louis – La Rochelle
Art de l'infusion	6	Les plantes médicinales et l'art des mélanges d'infusion	Magali LUGAN	Diplômée en plantes médicinales (ELPM de Lyon)
Art de l'infusion	1	Atelier : formuler la Tisane dont votre corps a besoin	Magali LUGAN et Justine MESLAND	Magali LUGAN, Herbaliste Diplômée en plantes médicinales (ELPM de Lyon) Justine MESLAND, formée en kinésiologie (ECAP de Nantes)
Arts plastiques	6	Ateliers d'arts plastiques thématiques	Annabelle MUNOZ-RIO	Association Fluid'Art, plasticienne diplômée
Atelier Enfant Arts plastiques 0 -3 ans	2	Eveil au monde par les arts plastiques	Charlotte THIBAUT	Educatrice Montessori
Atelier enfant Montessori 3 - 6 ans	5	Eveil au monde avec la méthode Montessori	Charlotte THIBAUT	Educatrice Montessori
Ateliers Enfants + 6ans	6	Ateliers thématiques créatifs	Charlotte ROUET	Animatrice et formatrice en éducation populaire
Cabinet éphémère - MASSAGE	1	Consultations massage intégrant aromathérapie et énergie	Christel GEYER	Préparatrice en pharmacie et sophrologue, réflexologue
Cabinet éphémère -YOGA KIDALINI	16	Consultations : numérologie	Sylvie ROUCOULES	Energéticienne, numérologue et professeur de yoga Kidalini. Auteur "yoga du cœur"
Cabinet éphémère : ART-THERAPIE	1	Atelier d'art thérapie	Art-Thérapie Evolutive : Claire Maas	Aide Médico Psychologique et art-thérapeute diplômée de l'Ecole Plénitude de Nantes
Cabinet éphémère : NATURO SOPHRO	1	Atelier d'initiation à la naturopathie et à la sophrologie	Anais PIAUD	Sophrologue
Cabinet éphémère : RELAXATION	1	Atelier : le pouvoir extraordinaire de la respiration	Anne ANGELINI	Masseuse et professeur de yoga (Ecole de Paris)

DISCIPLINES & THEMATIQUES	NOMBRE D'INITIATIVES	DESCRIPTIFS COURTS	INTERVENANTS	COMPETENCES ET EXPERIENCES
Cabinet éphémère : RELAXATION	1	Atelier "nettoyage énergétique"	Christine OUNOUGH	Formée au Feng-Shui à l'Institut Pierre Thirault, puis à la Géobiologie et enfin à la Bioénergie (discipline de soins énergétiques)
Cabinet éphémère REFLEXOLOGIE	3	Consultations : réflexologie faciale ou plantaire	Christel GEYER	Préparatrice en pharmacie et sophrologue, réflexologue
Café concert	1	Concert acoustique guitare voix	Adrien RANSON	Auteur compositeur
Café numérologie	6	Découverte de la numérologie	Sylvie ROUCOULES	Energéticienne, numérologue et professeur de yoga Kidalini. Auteur "yoga du cœur"
Cercle de parole "Cycle menstruel et contraception sans tabou"	1	Discussion sur les problématiques dites féminines	Ameline BOSSON et Johanna LUCAS,	Ameline BOSSON, doula, conseillère et facilitatrice, Johanna LUCAS,
Cercle de parole "Mon genre à moi"	1	Discussion sur le changement de genre	Amélie BOSSON	Festival "Des Elles à La Roclle", doula, conseillère et facilitatrice
Cercle de parole "Vécus de naissances"	1	Discussions sur la naissance	Ameline BOSSON & Amélie MILLET	Ameline BOSSON, doula, conseillère et facilitatrice Amélie MILLET, doula et accompagnatrice femmes
Ciné Débat : écologie (dépollution)	1	Documentaire Berr(k)e (40 minutes) le quotidien des bénévoles et les questionnements sur les missions de dépollution océanique.	Association Wings Of the Ocean	Une association de dépollution qui a mené un projet sur l'étang de Berre (région de Marseille) durant l'été 2021.
Ciné Docu écologique : Pour quelques bananes de plus...	1	Doculentaire écologique sur le Chlordécone, pesticide pollueur en Martinique	Festival Alimentterre	Festival documentaire pour une agriculture saine et durable
Club botanique 3 - 6 ans	2	Eveil au monde avec la méthode Montessori	Charlotte THIBAUT	Cie PLOP, animatrice et formatrice en éducation populaire
Concert Rikanodon	1	Concert acoustique guitare voix	Sébastien J Roch	Auteur compositeur et professeur de musique

DISCIPLINES & THEMATIQUES	NOMBRE D'INITIATIVES	DESCRIPTIFS COURTS	INTERVENANTS	COMPETENCES ET EXPERIENCES
Conférence : Les matins bonheur	1	Conférence sur les métiers et différentes disciplines du bien être	MoonBoard : Céline et Maricoeur	"Chercheuses" en sérotonine - professionnelles Bien-être (yoga, développement personnel, relaxation, énergéticienne, faciathérapie...
Conférence sur l'alimentation végétale	1	Conférence : comment créer et réaliser des recettes végétalienne, et/ou végan et sans gluten	OR.IG.N : Aude Leygnac, conceptrice culinaire	Traiteur végétal
Conférence: La sagesse Hawaïenne	1	Conférence : libération énergétique / la sagesse hawaïenne	Sylvie ROUCOULES	Energéticienne, numérologue et professeur de yoga Kidalini. Auteur "yoga du cœur"
Cosmetologie	4	Préparation de produits cosmétiques naturels	Christel GEYER	Préparatrice en pharmacie et sophrologue
Cosmetologie	1	Atelier d'initiation à la savonnerie	Magali LUGAN	Herbaliste Diplômée en plantes médicinales (ELPM de Lyon)
Cuisine	2	Ateliers de cuisine au naturel	Aude LEYGNAC	Conceptrice culinaire
Danse Logo	2	Atelier découverte de la danse Longo : danse africaine d'ancrage dans l'être	Sophie JONNART	Professeur de danse Longo
Developpement personnel	1	Atelier de développement personnel par l'art	Carine CHAUSSEMICHE	Psycho-praticienne humaniste et transpersonnelle
Exposition "Foulée(s) au pied de la lettre"	1	Peintures et livre sur la thématique végétale	Catherine BRICARD et Anne-Marie PIETRI	Catherine Bricard peintre plasticienne et Anne-Marie Pietri autrice poète et psychomotricienne
Exposition "Il est des jardins ou tout pousse" Floriane Durey	1	Série de cyanotypes brodés sur la thématique végétale	Floriane DUREY	Artiste plasticienne
EXPOSITION Frédéric Khunapfel	1	Exposition sur la calligraphie / pièces végétales	Frédéric KHUNAPFEL	Fondateur et enseignant à l'école de calligraphie TSUKIYO
HORS LES MURS : Fêtes des plantes Domaine de Péré	1	2 jours de marché thématique plantes	Magali LUGAN	Herbaliste Diplômée en plantes médicinales (ELPM de Lyon)

DISCIPLINES & THEMATIQUES	NOMBRE D'INITIATIVES	DESCRIPTIFS COURTS	INTERVENANTS	COMPETENCES ET EXPERIENCES
Hors les murs - Marché de Bois Plage en Ré / Le Poisson Doré	1	Marché de Noël	Magali LUGAN	Herbaliste Diplômée en plantes médicinales (ELPM de Lyon)
HORS LES MURS : 48h agriculture urbaine / Plantain Jardin	1	LES 48H DE L'AGRICULTURE URBAINE : atelier d'initiation à l'art de la tisane au Verger Flaubert avec l'association Plantain jardin	Magali LUGAN	Herbaliste Diplômée en plantes médicinales (ELPM de Lyon)
HORS LES MURS : Apéro savant aux Cabanes Urbaines	1	Atelier sur l'Art de l'infusion	Magali LUGAN	Herbaliste Diplômée en plantes médicinales (ELPM de Lyon)
HORS LES MURS : marché de Noël à la Matière	1	2 jours de Marché de Noël	Magali LUGAN	Herbaliste Diplômée en plantes médicinales (ELPM de Lyon)
HORS LES MURS : marché de Noël des Cabanes Urbaines	1	2 jours de Marché de Noël	Magali LUGAN	Herbaliste Diplômée en plantes médicinales (ELPM de Lyon)
HORS LES MURS : NOTES EN VERT	2	2 jours de marché + 1 ateliers sur les plantes médicinales	Magali LUGAN	Herbaliste Diplômée en plantes médicinales (ELPM de Lyon)
HORS LES MURS Blutopia	1	Marché thématique / développement durable	Magali LUGAN	Herbaliste Diplômée en plantes médicinales (ELPM de Lyon)
Le cabinet éphémère : RELAXATION	7	Atelier relaxation bain sonore : bols tibétains, gongs, tubalophone...	Olivier BLANCHARD	Praticien en Reiki et massage sonore et californien – Louverné
Le monde végétal	5	Conférence sur les plantes en général : plantes sauvages locales, macérats et alcoolatures, Les plantes expliquées aux enfants, Les plantes d'hiver, etc.	Valérie SCHOEN	Association Méristème, Ingénieure en biochimie pharmaceutique et alimentaire, conférencière sur la valorisation des plantes
Le pouvoir infini de l'eau	1	Conférence : L'EAU au cœur du vivant et de la cellule, sous toutes ses facettes : qualités, propriétés, mesures...	Olivier NEVEU	Kinésithérapeute et conférencier
Le Yoga Kundalini	1	Conférence sur le Kundalini : Yoga créatif	Sylvie ROUCOULES	Energéticienne, numérologue et professeur de yoga Kidalini. Auteur "yoga du cœur"
Lecture musicale Floriane Durey et Julia Suero	1	Lecture de textes inspirés par l'exposition	Floriane DUREY et Julia SUERO	Floriane Durey, lecture de textes, Julia Suero à la Création musicale
Les plantes détox	1	Atelier sur les plantes médicinales et la détox	Magali LUGAN	Herbaliste Diplômée en plantes médicinales (ELPM de Lyon)

DISCIPLINES & THEMATIQUES	NOMBRE D'INITIATIVES	DESCRIPTIFS COURTS	INTERVENANTS	COMPETENCES ET EXPERIENCES
Macérats et alcoolatures	1	Atelier sur les techniques de préparation à base de plantes	Magali LUGAN	Herbaliste Diplômée en plantes médicinales (ELPM de Lyon)
Naturopathie	4	Atelier conférence thématique en naturopathie	Arnaud HUIBAN	Naturopathe Certifié du C.N.R André Lafon et Institut SiiN, Centre agréé Bol d'Air Jacquier
Orihana	2	Origamie à destination de l'aromathérapie	Karine BUFFARD	Diplômée en pharmacie et 1ère instructrice d'Orihana en France
Sophrologie	1	Atelier conférence thématique en sophrologie	Christel GEYER	Préparatrice en pharmacie et sophrologue
Sophrologie de groupe	3	Atelier Relaxation de groupe : "Ipacher prise"	Christel GEYER	Préparatrice en pharmacie et sophrologue, réflexologue
Spectacle "Lectures buissonnières"	1	Spectacle déclinant de textes mis en scène sur les 4 saisons	sur une idée originale de Camille GEOFFROY, avec Camille GEOFFROY et Pierre RENVERSEAU	Comédiens
Spectacle "Touchée"	1	Spectacle sur le cancer du sein	Lucie MALBOSC et Céline GIRARDEAU	Lucie Malbosc : Ecriture, Composition et interprétation musicale. Céline Girardeau : Interprétation théâtrale et dansée.
Tai Chi	1	Atelier découverte sur la Tai Chi	Jennifer MACAVINTA	Professeur de Tai Chi - Ceinture Noire - 1er DAN FFK
Teinture végétale	1	Atelier d'initiation à la teinture végétale dans le design et le textile	Marie ANGELE	Fondatrice d'Alizarine Teinture : spécialiste de la teinture naturelle
Théâtre d'Impro - Ateliers Feel Good (tous les lundis)	10	Cours de théâtre : Confiance en soi 1ère année	Candice PAILLEUX	Comédienne et professeur de théâtre
Théâtre d'Impro - Ateliers Feel Good (tous les mardis)	9	Cours de théâtre : Confiance en soi 2ème année	Candice PAILLEUX	Comédienne et professeur de théâtre
Théâtre d'Impro - Ateliers Feel Good (tous les mercredis)	33	Cours de théâtre d'impro	Candice PAILLEUX	Comédienne et professeur de théâtre



Le développement des autres médias de transmission



Les rubriques conseils EN LIGNE

2 rubriques créées en 2021, ont été développées et déclinées sur plusieurs supports, pour transmettre des savoirs autour des plantes médicinales :

- **"Pas Folle la guêpe"** : propose sous forme d'articles de "conseils phyto malins des Herbes Folles", pour toujours plus d'infos sur les plantes médicinales.
- **"Folles Découvertes"** annonce les événements et solutions d'apprentissages (ateliers) programmés aux Herbes Folles, ainsi que toute autre action d'un Tiers qu'il nous apparaît intéressante de partager

La diffusion de ces rubriques se fait :

- **Sur le Blog** du site internet des Herbes Folles : avec des articles fournis et documentés
- **Sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram** : avec des articles plus courts et simplifiés afin de susciter l'intérêt et l'envie d'en savoir plus



Comparatifs / 2021

Face Book & Instagram

+29 ↗ **120** posts "Pas Folle La Guêpe"
+11 ↗ **42** posts "Folles Découverte"

Le Blog des Herbes Folles

3 ↗ **23** articles "Pas Folle La Guêpe" (mensuels)
5 annonces de programme culturel (mensuel)





Une chronique culturelle et un podcast en RADIO

RCF est une radio locale très écoutée sur le territoire de La Rochelle. En 2021 un partenariat s'était déjà dessiné pour la diffusion de 3 chroniques culturelles dans l'émission présentée par Catherien Vieuille et Gaëlle Prono. Ce partenariat a été bien sur prolongée en 2022 pour **6 Chroniques Culturelles supplémentaires**



Ravis de l'impact sur ses auditeurs, Gaëlle Prono propose à partir de septembre 2022 un **Podcast mensuel de 25 min, intitulé "Au Bonheur des Plantes"**. Présenté par Magali LUGAN, il porte bien sûr sur la thématiques des plantes, leur histoire, leurs caractéristiques, leurs bienfaits et leurs utilisations.



Le développement de notre réseau de parties prenantes



En 2022, le développement de notre réseau de parties prenantes s'est fait en cohérence avec la stratégie d'entreprise, que ce soit par rapport à ses objectifs économiques ou ses objectifs de Mission.

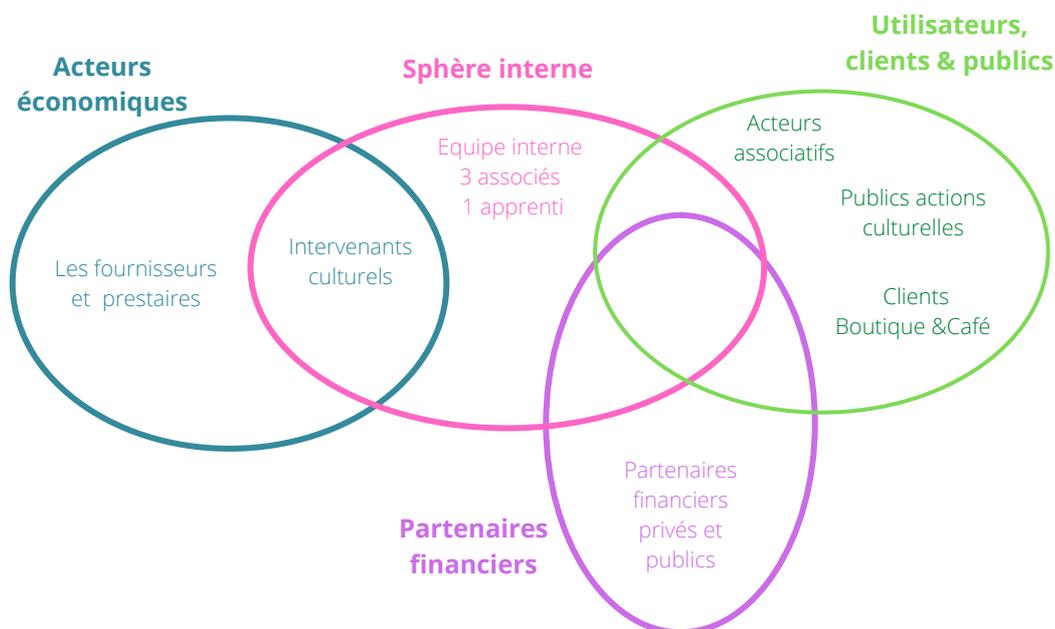
La recherche de nouveaux fournisseurs respectant notre charte qualité reste bien sûr essentielle et constante. La relation est d'autant plus agréable et apaisée, qu'elle est moins bousculée par l'urgence de constituer son stock et sa gamme de produits. (Cf. plus haut l'inventaire des fournisseurs)

Mais les vrais enjeux cette année ont plutôt porté les axes suivants :

- **Le développement de la clientèle et de nos publics**, est évidemment un enjeu économique, particulièrement en tant que toute jeune entreprise, mais ce sont aussi des enjeux sociaux et culturels, de part nos objectifs de transmission de savoirs.
- La consolidation du pôle culturel a également induit un travail continu de **recherche d'intervenants culturels**.
- L'initiation d'actions Hors les Murs auprès et avec **d'autres acteurs économiques et sociaux**, sert quant à elle l'objectif d'intégration dans notre écosystème local .



Rappel du profil de notre écosystème



Nos clients et publics



Comparatifs / 2021

536 soit + 253%
90% en 2021

695 soit +234%
1250 soit + 170%

900 soit + 191%

Nombre et type de parties prenantes

↗ **1357 clients & publics fidélisés**
dont 80% de femmes (les hommes nous rejoignent petit à petit !!)

↗ **1627 Inscrits News Letter**

↗ **2137 Followers Facebook** (couverture organique 33504 / visites de page 3857)

↗ **1725 Followers Instagram** (couverture organique 11268 / visites de page 2523)

Les intervenants culturels extérieurs



Comparatifs / 2021

19 soit +15
15 soit 14

Nombre et type de parties prenantes

↗ **34 intervenants**

↗ **29 Disciplines et thématiques**

Dont

- 8 Cabinets éphémères (relaxation, réflexologie, naturopathie, etc.) en rapprochement avec des praticiens "Bien Être"
- 9 cercles de paroles et 14 conférences pour "faire société"
- 3 collaborations en soutien à des associations à vocation écologique ou sociale



Autres acteurs économiques et sociaux "Hors les Murs"

Les acteurs associatifs utilisant nos espaces gratuitement sont les mêmes qu'en 2021 dans leur ensemble. L'évolution la plus marquante étant ici **les partenaires qui nous ont accueillis "Hors les Murs"** soit dans le cadre de marchés locaux, et d'événements où nous avons proposé des ateliers d'apprentissage :

- **Le Domaine du Péré** pour La Fête des Plantes
- **L'association Plantain** Jardin (qui gère des jardins partagés sur La Rochelle)
- **Les Cabanes Urbaines** (Tiers Lieu local)
- **La Matières** (ressourcerie)
- **Blutopia** (Festival écoresponsable)
- **Le Poisson Doré** (Épicerie locale au marché de Bois Plage en ré)

Après une année 2021 quelque peu périlleuse du fait du contexte sanitaire de l'époque, l'année 2022 a été des plus... libératrice ! En effet, c'est à partir de ce 2ème exercice que l'entreprise a pu pleinement poser et consolider les bases de (toutes) ses activités, particulièrement sur le volet culturel et l'activité du café, fortement impactés par la crise covid.

Les 16 objectifs opérationnels de Mission définis la 1ère année d'existence, sont restés cette année encore, **la clef de voûte et le SENS** de la stratégie globale de l'entreprise. Une priorisation des actions s'est avérée cependant nécessaire, pour la consolidation de certains axes spécifiques :

- L'offre de la boutique s'est étoffée, et ce selon une charte qualité et une politique d'achat aujourd'hui clairement formalisées
- Le pôle culturel s'est renforcé et diversifié, tout comme son réseau d'intervenants experts
- Notre réseau de parties prenantes s'est élargi, grâce à une interaction plus forte avec d'autres acteurs économiques, sociaux et culturels locaux.

Notre création de valeur sociétale, et par là-même notre "utilité à la société", se mesure actuellement par l'intérêt que portent nos parties prenantes à nos activités, et cet intérêt est en constante augmentation ! C'est ce qui nous porte, et c'est ce qui nous encourage à continuer, tel le Colibri* de Pierre Rabhi, nous faisons notre part.

* « Un jour, dit la légende, il y eut un immense incendie de forêt. Tous les animaux terrifiés et atterrés observaient, impuissants, le désastre. Seul le petit colibri s'active, allant chercher quelques gouttes d'eau dans son bec pour les jeter sur le feu. Au bout d'un moment, le tatou, agacé par ses agissements dérisoires, lui dit :

« Colibri ! Tu n'es pas fou ? Tu crois que c'est avec ces gouttes d'eau que tu vas éteindre le feu ? »

« Je le sais, répond le colibri, mais je fais ma part » .

