

# PROPRIÉTÉ DU NOM DE MARQUE ET DE LA CLIENTÈLE

Le 07/11/2016 via SV

Demande : Comment gérer la question de la propriété lorsqu'un coopanamien s'en va ?

Infos :

Question sur ActivitéR – marque d'EntrepreneurV qui ne souhaite plus travailler seul. S'est associé avec quelqu'un qui est reparti puis avec EntrepreneurP et deux personnes extérieures pour partager la marque et la clientèle. Les deux nouvelles personnes ont rejoint Coopaname. Une cinquième personne est arrivée mais ne souhaitait pas rejoindre Coopaname. Elle était sous-traitante et cela ne posait pas problème. Une nouvelle personne a commencé comme apprentie puis est devenue associée. La moitié de son salaire est garanti par le groupe et l'autre moitié est constituée par des prestations de la marque (qu'il développe de manière plus entrepreneuriale). Depuis quelques mois EntrepreneurV émet le souhait de ralentir, voire arrêter. Une question se pose : comment son départ va-t-il se passer ? Comment continuer à le rémunérer ? Apporteur d'affaire – royalties ?

Notes de réunion du 07/11/2016 :

Ex : une personne qui a bénéficié du réseau qui au moment où il pourrait renvoyer l'ascenseur « demande » un 10%. Education de la personne. Echange autour du don. Quand expliquer et comment ces notions de don et contre don... ? SV pense qu'il faut parler du don inconditionnel tout court. Dans le cas d'exemple, est-ce à nous de répondre ? de donner des conseils ? Nous sommes dans le conseil.

Message à passer sur le don : quand on donne, ne pas être en attente de recevoir

Echange 3 ex : une personne qui aide en râlant ; un administrateur qui a trop donné et qui réclame une indemnité ; une personne qui a beaucoup donné qui convoque une réunion.

Les limites du don.

Triangle de Karpman : sauveur – victime – bourreau

Idée : les cours de philo du comité éthique !

**S'élever à ce niveau : sur des principes de sagesse coopérative**

**La manière - Différentes sphères pour aborder ses questions là** : charte + occasions pour parler de ces valeurs (histoires « contes coopératifs », dans une newsletter, réflexion plus approfondie dans le cadre d'une AG...). Produire des choses.

Problème de la forme : attention aux extrêmes ! grands principes ou ras des pâquerettes. Partir de l'existant ou pas ? Anonymiser ou pas ? Trop juridique ou trop philo/psycho ? Le niveau de l'intelligence sociale est rarement abordé. Histoires « fables de la fontaine », « parabole », qui permettent un ancrage et d'aborder l'ensemble des sphères juridique, pratiques, psychologiques. Ne pas s'interdire l'émotionnel.

Réfléchir à une structure commune pour chaque histoire.

Polar ? poésie ? prose ?

Se poser des questions ? Poser des questions ? Avec une histoire nourrie, épaissie par des bases théoriques