



*Communiqué de presse*

DROIT DE RÉPONSE à la tribune du JDD postée le 29/06/2019 ([lien](#))

Nous déplorons comme les signataires de la tribune du JDD le manque de réflexion autour de ces incontournables petits cadeaux qui vont être offerts lors du Tour de France. Ces produits créent du lien, renforcent un souvenir et peuvent être utiles au quotidien de la personne qui les reçoit, si une réflexion est menée bien avant leur distribution. Le problème n'est pas l'objet publicitaire, mais en amont sa conception et sa fabrication, et en aval son utilité pour le destinataire.

En effet à la lecture de cette tribune, La Fédération Française des Professionnels de la Communication par l'Objet (2FPCO) ne peut que regretter la méconnaissance d'une filière (2 700 entreprises, pour 13 000 salariés, 1,2 milliard€ de CA) et l'amalgame entre objet-média, goodies et pollution.

Aussi, nous n'avons pas attendu cette publication pour prendre conscience qu'un objet publicitaire comme tout autre bien de consommation peut polluer. Ces dernières années notre industrie a engagé une transformation pour proposer une nouvelle génération d'objet plus qualitatifs et moins jetables basés sur l'éco-conception, et la prise en compte des critères environnementaux, sociologiques et économiques et la pertinence de son usage futur.

Pour exemple l'accompagnement vers la suppression des sacs plastiques jetables par le déploiement d'une offre de sacs réutilisables, le soutien de l'usage en entreprise de contenants réutilisables pour limiter la consommation de gobelets plastiques, le développement des matériaux issus du recyclage ou la mise en place de filière de collecte...

Ainsi, la Fédération a amorcé une démarche de sensibilisation au développement durable à destination de tous ses adhérents, la 2FPCO a mis en place une "Commission Responsable" dédiée aux professionnels de l'objet-média pour les accompagner dans leur démarche d'éco-communication et/ou de certification. Cette commission a pour ambition d'améliorer leurs pratiques au quotidien et d'accompagner les marques à mieux utiliser ce média qu'est l'objet publicitaire. Par conviction personnelle, je revendique depuis plusieurs années une préoccupation environnementale et sociale et considère que cette démarche fait plus que jamais partie de notre expertise métier et de notre responsabilité de chef d'entreprise.

Loin de l'éco-blanchiment ou du « Greenwashing », la Fédération donne accès à des recommandations concrètes et pratiques pour formaliser une démarche responsable et éco-concevoir les campagnes de communication par l'objet-média que les fabricants, importateurs, distributeurs, agences, marqueurs ou annonceurs mettent en œuvre. Il est aujourd'hui possible de concevoir des bracelets et des sacs biodégradables contenant des graines de fleurs mellifères aidant à la survie des abeilles et la plupart des stylos distribués en France sont fabriqués sur le continent européen.

C'est pourquoi nous nous interrogeons au quotidien sur la meilleure façon de nous approprier les méthodes émergentes pour concevoir une réponse client plus « verte », plus citoyenne et éduquer les marques sur ces questions de fond, en leur apportant des solutions plus environnementales, tout aussi économiques et efficaces.

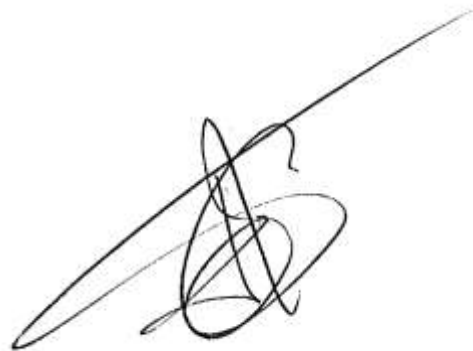
C'est ainsi que toute la chaîne de compétence ajoute sa pierre à l'édifice et met en avant les bonnes pratiques et les efforts entrepris par la 2FPCO avec ses adhérents.

Parce que la 2FPCO a conscience de l'écosystème dans lequel elle évolue, l'objet publicitaire sera toujours bien plus important qu'un « vulgaire morceau de plastique cellophané », et notre filière continuera de s'adapter aux nouvelles attentes des consommateurs et à fédérer petits et grands autour d'événements tels que le Tour de France.



Antony VILLEGER

Commission Responsable



Raphaël HERTAULT

Président

#### **La Fédération Française des Professionnels de la Communication par l'Objet (2FPCO) pour mémoire**

Fondée en 2004, la 2FPCO est l'organisation représentative des entreprises qui fabriquent, marquent ou distribuent des objets dont la finalité est de promouvoir la notoriété, l'image, les produits et services des annonceurs, lesquels investissent dans l'objet publicitaire 3,5% de leurs dépenses de communication.

Cette association a pour missions de valoriser l'image des métiers de la communication par l'objet, de défendre les intérêts des professionnels de ce secteur auprès de son environnement économique, social et politique et d'optimiser le savoir-faire de ses membres suivant la démarche d'efficacité et de responsabilité des annonceurs.

La 2FPCO compte 200 adhérents de toutes tailles. Son président est Raphaël Hertault En savoir plus : [www.2fpc.com](http://www.2fpc.com) ou [www.objet-media.com](http://www.objet-media.com)

#### **Contact presse**

Antony VILLEGER – Commission Responsable :

[GT-responsable@2fpc.com](mailto:GT-responsable@2fpc.com) – 06 11 52 83 72