



L'OBJET  MEDIA  
UN MÉDIA À PART ENTIÈRE



# LA 2FPCO

## C'EST QUOI?

REPRÉSENTER, DÉFENDRE,  
PROMOUVOIR !

Notre fédération regroupe **les professionnels du métier de la communication par l'objet** (fabricants, importateurs, distributeurs, marqueurs).

**Notre rôle** : institutionaliser la profession via de nombreux outils : veille réglementaire, études, formation, labels qualité, rencontres, évènements etc.



L'OBJET  MEDIA

UN MÉDIA À PART ENTIÈRE

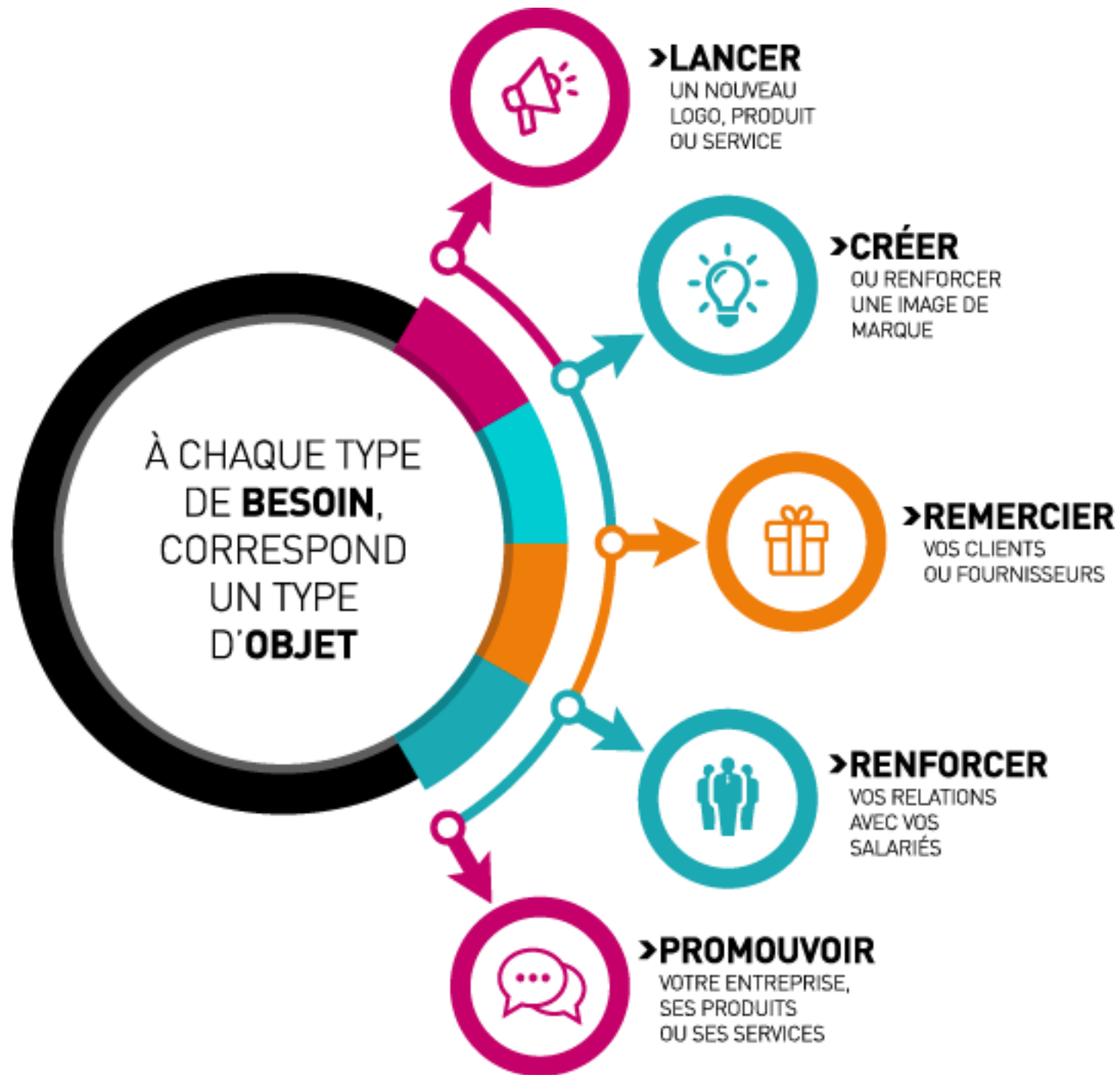


**POURQUOI  
COMMUNIQUER  
PAR  
L'OBJET ?**

POURQUOI

UTILISER  
L'OBJET MEDIA ? ▶

A CHAQUE TYPE DE BESOIN  
CORRESPOND UN TYPE D'OBJET



# LES DIFFÉRENTES

# UTILISATIONS



## PRIMES

- Petits produits
- Petits prix
- Grandes quantités
- Délais longs



## STIMULATION DES VENTES

- Petits produits
- Petits prix
- Grandes quantités
- Délais longs



## FIDÉLISATION / INCENTIVE

Tous profils de produits suivant  
les cibles à atteindre



## CADEAUX D’AFFAIRES

- Produits moyen ou haut de gamme
- Petites quantités
- Délais courts



## OBJET PUBLICITAIRE

- Tout objet mettant en avant la marque pour différents objectifs de communication interne ou externe (mug, stylo...)



## ÉVÉNEMENTIEL

- Produits de diffusion massive
- Personnalisation poussée
- Impératifs de délais





## L'ATOUT MAJEUR

FACE AUX AUTRES MEDIAS

La publicité par l'objet permet de louer un espace publicitaire de **façon pérenne** dans l'environnement de votre cible.



# L'OBJET MEDIA EN FRANCE



L'OBJET MEDIA  
EN FRANCE

PERCEPTION

&

IMPACT

LES RESULTATS PRESENTES  
SONT ISSUS DE DEUX ETUDES  
DATANT DE 2017 ET 2019,  
REALISEES PAR :



# CE QUE VOUS POSSÉDEZ

## LE PLUS

01

INSTRUMENT ÉCRITURE (81%)

02

PAPETERIE (49%)

03

ACCESSOIRES INFORMATIQUES (41%)



# 12 OBJETS SONT POSSÉDÉS EN MOYENNE



Presque **30%** des Français utilisent les objets reçus **tous les jours** tandis que **25%** d'entre eux les utilisent environ **1 fois par semaine**.\*

## ► Durée de conservation



Entre 1 mois et 3 ans

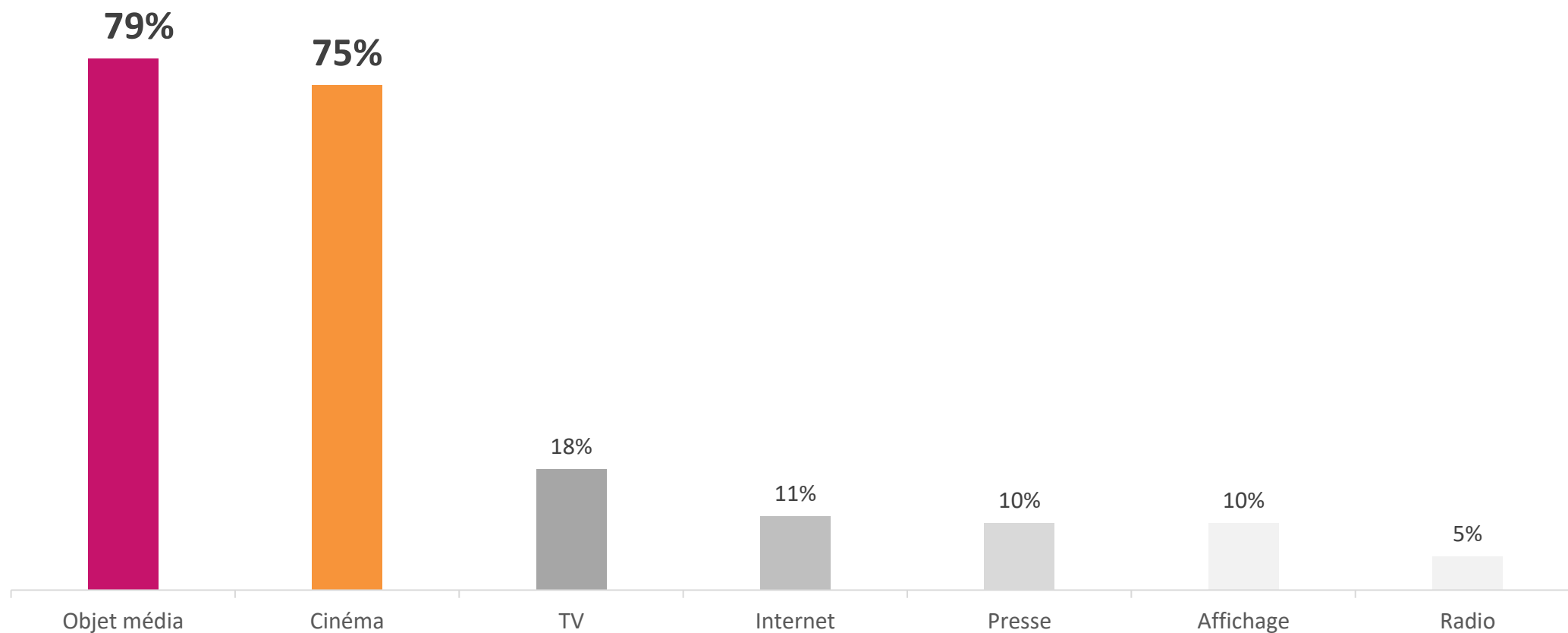


Entre 1 an et plus de 5 ans



# L'IMPACT DE L'OBJET MEDIA

BETA DE MEMORISATION PAR MEDIA (beta de Morgensztern)



# L'IMPACT DE L'OBJET MEDIA

LA QUALITE PERCUE DE L'OBJET INFLUENCE FORTEMENT LES KPI\*

40%

C'est l'augmentation des effets bénéfiques pour une marque (ex: bouche à oreille, impact de l'attitude envers la marque, lien et attachement à la marque, la dimension utilité et plaisir de l'objet) que lui apporte un **objet média de qualité**.

\*indicateurs de performance



# LES CRITÈRES IMPORTANTES

ÉTHIQUE (87%)

ÉCOLOGIE (85%)

FABRICATION FRANÇAISE (74%)

FABRICATION EUROPÉENNE (69%)

# 89%

DES FRANÇAIS ONT  
UNE OPINION POSITIVE  
D'UN OBJET RECU

## A RETENIR !

# 77%

DES FRANÇAIS  
SOUHAISENT RECEVOIR  
DAVANTAGE D'OBJETS

# 79%

DES FRANÇAIS  
MEMORISENT LA  
MARQUE ASSOCIEE  
A UN OBJET

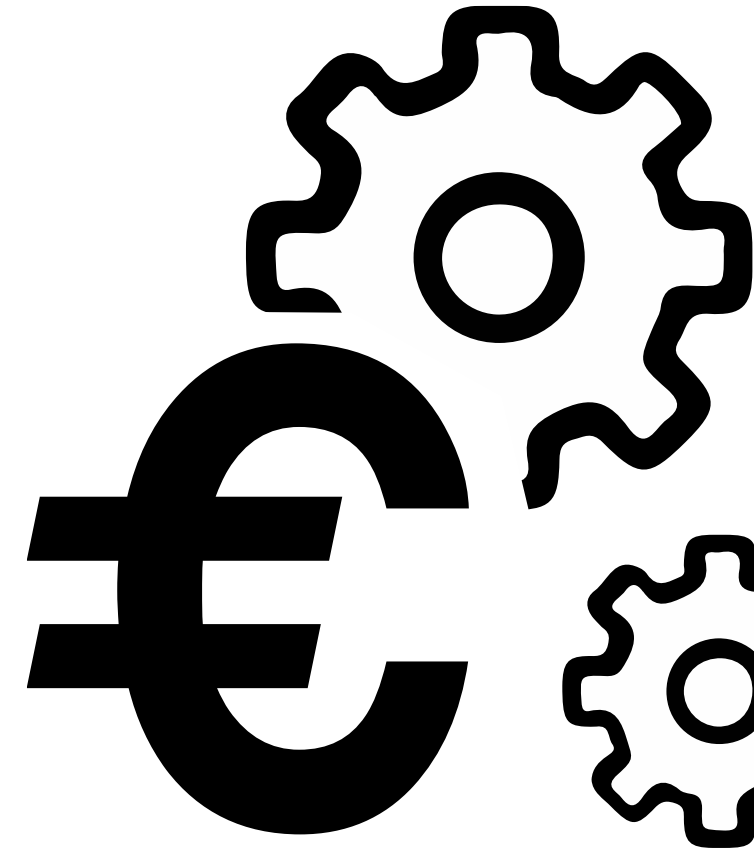




**C'EST QUOI UN  
BON OBJET  
PUBLICITAIRE ?**



CASE STUDY : LA CLE USB



# POSONS LE CADRE

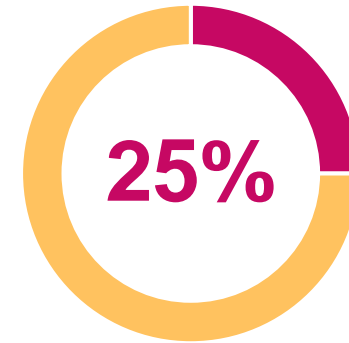
# VOICI LA CLÉ USB LA PLUS OFFERTE AU MONDE

## VRAIMENT EFFICACE ?

COMBIEN DE PERSONNES  
L'UTILISERAIENT RÉELLEMENT ?

QUEL EST SON COÛT RÉEL ?

QUEL EST SON IMPACT  
ENVIRONNEMENTAL ?



Pour 5.000 clés x 4 € → 20.000 €

Si 25% des personnes les utilisent

Perte financière : 15.000 €

Chaque Objet **utilisé** m'a coûté  
16 € VS 4 €

1250 personnes les utilisent VS 5000

**LA PREMIERE SOURCE  
D'OPTIMISATION FINANCIERE  
LORS D'UN ACHAT D'OBJET EST**

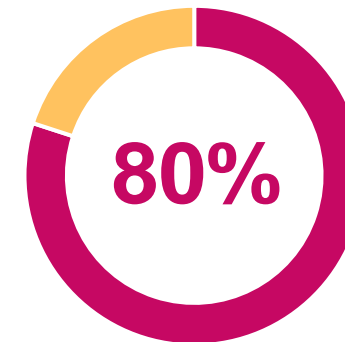
**LE CHOIX DE L'OBJET**

# VOICI UNE CLE QUI RESTERA PRES DE VOTRE CIBLE

## FONDAMENTALEMENT DIFFERENT

93 % DES CLIENTS FINAUX LA CONSERVENT SUR LEUR BUREAU

60 % DES CLIENTS RETIENNENT LA MARQUE PLUS FACILEMENT GRÂCE À L'ASPECT LUDIQUE DU PRODUIT



Pour 4.000 clés x 5 € → 20.000 €

Si 80% de taux de rétention bureau

Perte financière : 4 000 € VS 15 000 €

Optimisation budgétaire de 11.000 €

Chaque Objet **utilisé** m'a coûté

6 € vs 16 €

3200 utilisateurs VS 1250



**UN BON OBJET DE COMMUNICATION PERMET  
REELLEMENT (!)  
DE LOUER UN ESPACE PUBLICITAIRE  
DANS L'ENVIRONNEMENT DE LA CIBLE**

**➤ OPTIMISATION FINANCIERE & CO2**



ET LA RSE ?

# LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES ►

- Responsabilité sociale (conditions de travail)
- Responsabilité environnementale
- Ethique des affaires (anti-corruption, transparence etc.)
- Dimension économique





# QUELQUES GRANDES

# AVANCÉES

# LIÉES A LA RSE

- L'amélioration des conditions de travail en Asie
- Moins de corruption et plus de transparence dans les usines
- L'impact environnemental entre dans les process industriels
- D'une manière générale, la qualité et la sécurité augmentent
- Certifications des membres (ECOVADIS, ISO14001)



# BADBUZZ DÉVASTATEUR

« IL FAUT DES ANNÉES POUR CONSTRUIRE UNE RÉPUTATION ET QUELQUES SECONDES POUR LA DÉTRUIRE ». WARREN BUFFET



# LE MARCHÉ DE L'OBJET MEDIA

# LES CHIFFRES DE LA PROFESSION



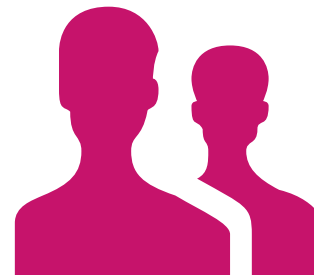
DISTRIBUTEURS /  
MARQUEURS

**Environ 2500**

sociétés en France.

Marché estimé à

**1,2milliard €**



EFFECTIFS

**Plus de**

**13 000 salariés**

# QUELQUES TENDANCES

## LES DRINKWARE

Gourde, bouteille, thermos.... Quelle matière ? Verre, inox, titane...

## LES SACS REUTILISABLES

Commerce, plage, sport... Quelle matière ? PP laminé, en nylon pliable....

## LE NO-LABEL EN TEXTILE

Des produits neutres pour mieux les personnaliser et se rapprocher de l'offre retail.

## LES MATIERES

Eco matériaux, bois, bio, bambou, maïs, canne à sucre, bois, coton...





# LES DIFFÉRENTS MÉTIERES ►

MAIS QUELS  
SONT-ILS ?

## LA FONCTION **ACHATS** ▶

### **AIMER**

Initier de **nouvelles idées**

**Gérer** des enjeux internationaux

**Négocier** des « contrats cadres »

Organiser **la logistique**



LA FONCTION **VENTE**  
**COMMERCIALE** ▶

**AIMER**

Relever des challenges !

Apporter un **Conseil & Solutions**

**Développer et fidéliser** une clientèle

Organiser **la logistique**

Contribuer à **atteindre des KPI**





# LA FONCTION ADMINISTRATION DES VENTES ▶

## AIMER

Gestion de l'approvisionnement

Personnalisations produits

Suivi des commandes

Contribuer au **succès commercial** !



# LA FONCTION **MARKETING** **CRÉA** **DIGITAL** ▶

## AIMER

Inventer de **nouveaux concepts**

Gérer **l'image** d'une société

**Donner vie** à des supports marketing

Administrer les **réseaux sociaux**

Communiquer via le **digital**

Créer des **offres spécifiques**



**DANS LES PME, NOUS RECHERCHONS**

**L'ESPRIT D'INITIATIVE ET LA POLYVALENCE**

**MERCI POUR VOTRE ATTENTION !**

[www.2fpco.com](http://www.2fpco.com)  
[www.objet-media.fr](http://www.objet-media.fr)



**Rejoignez nous  
sur Instagram.**

#objetmedia

**INSTAGRAM/OBJETMEDIA**