Communiqué de presse

Paris, le 28 juin 2021

**Loi Climat : La filière de l’objet publicitaire en pointe sur la RSE**

A l’occasion des discussions autour du texte sur la loi climat, la 2FPCO (Fédération Française des professionnels de la communication par l’objet) qui accompagne ses adhérents dans la mise en place d’une démarche RSE (via la sensibilisation, la formation etc.) a souhaité mettre en lumière des initiatives d’acteurs de la filière.

**Une revalorisation optimale des déchets pour lutter contre le gaspillage**

Créée en 2011, **Isocom** est une entreprise nantaise spécialisée dans la communication par l’objet, qui multiplie les initiatives pour réduire son empreinte carbone. Matthieu Alliot, le dirigeant associé, a remarqué en réceptionnant ses livraisons, qu’il restait systématiquement des morceaux de carton inutilisés. C’est pourquoi, l’entreprise a décidé que plus aucun élément (carton, plastique ou autre) ne serait jeté sans réflexion préalable pour tenter de le réutiliser. Les cartons en bon état sont nettoyés (retraits des étiquettes etc.), triés et rangés afin de pouvoir être réutilisés. Isocom a également fait l’acquisition d’une machine qui perfore et matelasse le carton afin de le transformer en une dentelle souple qui amortît les chocs, ce qui en fait un excellent calage. *« Tous les emballages cartons sont triés ou transformés pour caler nos colis. La machine permettant de faire le « broyat » ne nous a pas coûté cher et nous permet de faire des économies sur l’achat de matière de calage neuve en plastique ou en polystyrène, tout en réduisant nos déchets. C’est un véritable cercle vertueux.»* indique Matthieu Alliot*,* le dirigeant associé d’Isocom.

**Un comité éthique indépendant pour sélectionner les produits qui intégreront l’offre**

**Dream Act**, e-shop dédié à la consommation responsable, propose à travers Dream Act Pro des objets publicitaires exclusivement éco-responsables. Du tote-bag en coton bio fabriqué en France, à la gourde fabriquée dans un atelier d’insertion de personnes handicapées, les produits qui intègrent l’offre sont sélectionnés sur des critères de transparence, de qualité, d’éthique et de durabilité. Pour cela, Dream Act a mis en place un comité éthique indépendant composé de 10 experts à qui sont soumis l’ensemble des choix préliminaires, trimestriellement. Spécialiste de la mode responsable, expert de la mesure d’impact social ou citoyen engagé, les personnalités composant le comité ont été choisies pour leurs compétences complémentaires, leur esprit critique et leurs valeurs.

**Un ÉCO-SCORE** **pour encourager une consommation responsable**

L’article 1e r de la loi climatvise à améliorer l’information du consommateur sur l’empreinte carbone des produits par la mise en place d’un « score carbone ». **Le groupe Proébo,** fabricant français de solutions personnalisées de communication (sacs, enseignes, sites internet, calendriers, objets publicitaires, signalétiques...) pour les acteurs de proximité, vient de lancer son ÉCO-SCORE. A l’image du Nutri-score qui informe sur l’aspect nutritionnel des produits alimentaires, l’ÉCO-SCORE a pour objectif d’aiguiller les consommateurs dans leur choix de produits sur la base de 4 critères : durée d’utilisation, origine (circuits courts ou non), composition des matériaux (écoconception ou non) et fin de cycle de vie du produit (biodégradabilité ou recyclabilité).

L’ÉCO-SCORE reprend les mêmes codes visuels que le Nutri-score avec un classement de A à E et un code couleur du vert au rouge en fonction de l’empreinte environnementale du produit. Emilie Vollard, Directrice Marketing de Proébo Promoplastexplique : «*Aujourd’hui 40% de nos produits sont éco-conçus. En appliquant cet ÉCO-SCORE sur nos 2 500 références, nous facilitons le parcours-choix de nos clients. A plus long terme, la mise en place de ce process de notation, nous permet de structurer notre projet stratégique d’entreprise puisque notre ambition est d’atteindre 70% de produits notés A ou B d’ici à 2025. »*

**Des stylos éco-conçus qui contiennent au moins 70% de plastique recyclé**

**Pilot Pen France** qui propose des stylos publicitaires personnalisés, a intégré le développement durable au centre de ses priorités à travers le lancement en 2006 d’une gamme de stylos éco-conçus fabriqués à partir d’un minimum de 70% de plastique recyclé : BEGREEN. Depuis avril dernier, Pilot va plus loin. Le modèle B2P composé de plastique recyclé issu de bouteilles d’eau, intègre également dorénavant du plastique recyclé issu de déchets plastiques provenant des plages. Cette action est rendue possible car Pilot est mécène de l’association « TheSeaCleaners » qui lutte contre la pollution plastique des océans. « *Préserver l’environnement est un enjeu majeur qui accompagne depuis longtemps la réflexion et les actes de Pilot*. *Nous avons mis en place un plan d’action reposant sur 4 piliers essentiels : les 4R* (Recycler, Recharger, Réduire et Récolter). *Cette nouvelle initiative représente un engagement concret qui contribue à la préservation de l’environnement et à la lutte contre la pollution océanique. »* explique Sophie Dalmas, Responsable des produits marqués de Pilot Pen France.

**Compenser ses émissions de gaz à effet de serre en finançant un projet utile et respectueux de l’environnement**

**Weematch** et **Pimp My Team,** deux agences conseil en communication par l’objet qui viennent de s’unir, ont décidé de renouveler leur participation à l’initiative « Climate Neutral Now ». Lancée par l’ONU, elle consiste à mesurer ses émissions de gaz à effet de serre, faire le maximum pour tenter de les réduire et compenser les émissions inévitables en finançant des projets respectueux du climat. Weematch et Pimp My Team font appel à une société externe pour valider l’estimation des émissions de gaz à effet de serre liées à leurs activités. Pour cela sont prises en compte : les émissions liées aux activités des employés (hors déplacement), les émissions liées aux déplacements des employés en train ou en avion, les émissions liées à l’importation des marchandises par bateau, avion et camion. Toutes les émissions sont calculées en « tonnes équivalent CO2 ». Cette valeur permet d’évaluer le montant de la compensation et de l’achat de « Certificats de Réduction d’Emission ». Grâce à cette compensation, Weematch et Pimp My Team pérennisent le financement d’un projet de fourneaux économes en combustible aux Malawi, géré par l’association RIPPLE Africa, qui permet de réduire les gaz à effet de serre, prévient la déforestation et les maladies respiratoires de la population.

***A propos de la 2FPCO :***

*Fondée en 2004, et comptant désormais 200 adhérents, 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. 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 leur environnement économique, social et politique et d’optimiser le savoir-faire de ses membres grâce à la veille règlementaire et à la formation.*

*Pour en savoir plus :* *www.2fpco.com*

**Contact Presse 2FPCO** : Marion Lambert – marionlambert.rp@gmail.com / 06 13 61 74 69