



# L'OBJET MEDIA

UN MÉDIA À PART ENTIÈRE



# LES CHIFFRES DE LA PROFESSION



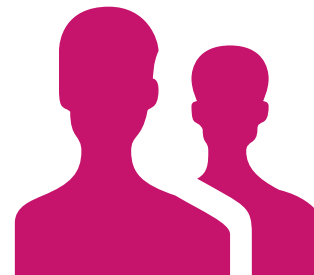
DISTRIBUTEURS /  
MARQUEURS

**Environ 2500**

sociétés en France.

Marché estimé\* à

**1.4 milliards €**



EFFECTIFS

Plus de

**13 000 salariés**

\*source France pub 2024

# 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** : institutionnaliser la profession via de nombreux outils : veille réglementaire, études, formation, labels qualité, rencontres, événements etc.





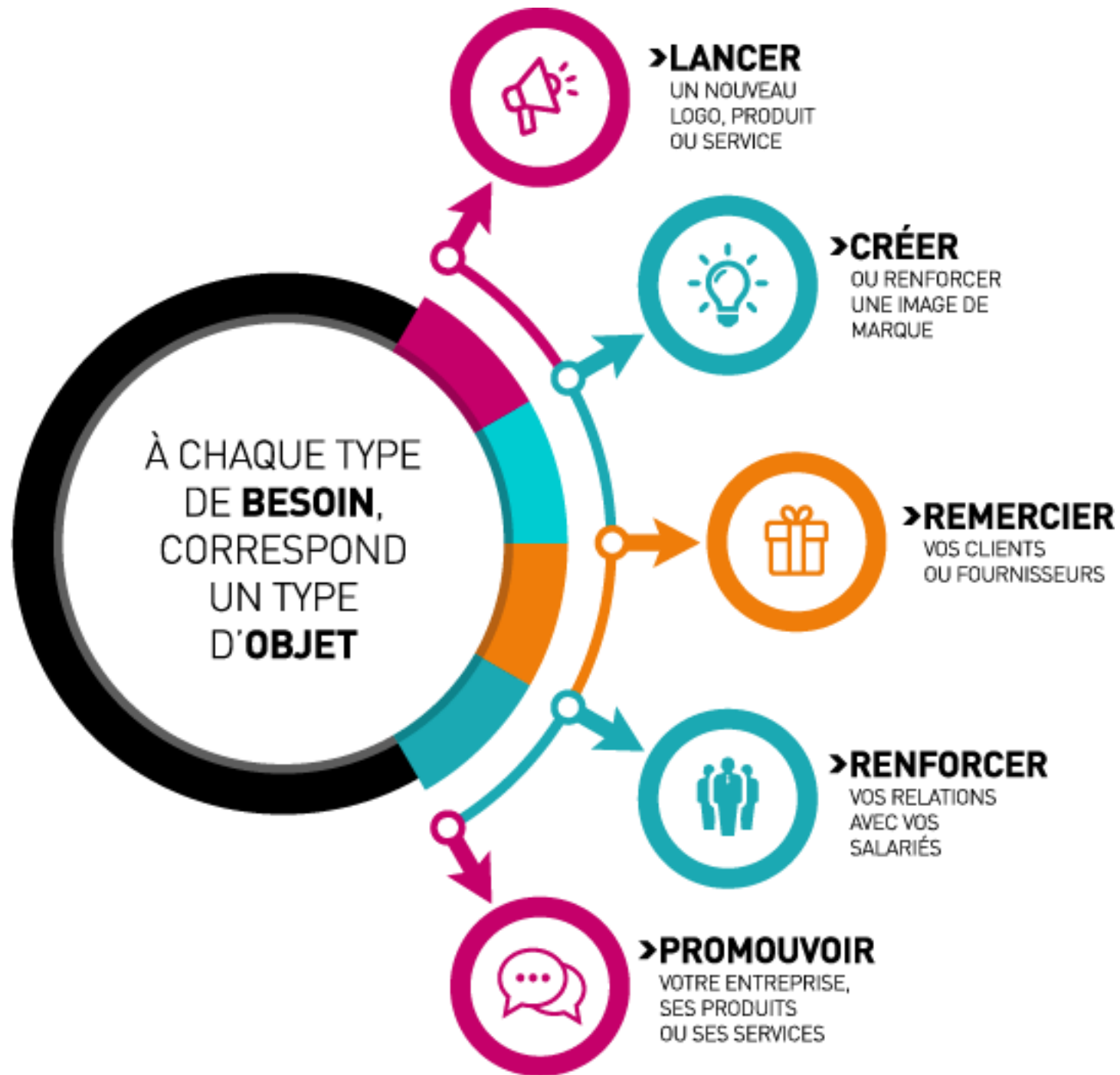
POURQUOI  
COMMUNIQUER  
PAR  
L'OBJET ?

# POURQUOI

# UTILISER L'OBJET MÉDIA ? ▶

A CHAQUE TYPE DE BESOIN  
CORRESPOND UN TYPE D'OBJET

QUI A UN EXEMPLE ?



# LES DIFFÉRENTES

# UTILISATIONS



## STIMULATION DES VENTES

- Primes
- Petits budgets unitaires
- Grandes quantités
- Délais longs



## FIDÉLISATION / INCENTIVE

Tous profils de produits selon  
les cibles à atteindre



## ÉVÉNEMENTIEL

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



## CADEAUX D'AFFAIRES

- Produits moyens 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...)



# QUELQUES TENDANCES

## LES DRINKWARE

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

## LE TOTE BAG

Commerce, plage, sport... Quelle matière ? PP  
laminé, en nylon pliable, RPET, coton recyclé et  
biologique....

## LE MADE IN FRANCE/EUROPE

Prise de conscience écologique  
et sociale, crise du COVID-19 ,,,

## LE TEXTILE

Vêtements d'image,,,

## LES MATIERES

Bois, maïs, canne à sucre, coton, coton  
recyclé, coton biologique, RPET...





## L'ATOUT MAJEUR

### FACE AUX AUTRES MÉDIAS

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



L'OBJET MÉDIA  
EN FRANCE

PERCEPTION

&

IMPACT

LES RÉSULTATS PRÉSENTÉS  
SONT ISSUS DE PLUSIEURS  
ÉTUDES, RÉALISÉES PAR :



# CE QUE VOUS POSSÉDEZ

## LE PLUS

01

INSTRUMENT ÉCRITURE (81%)

02

PAPETERIE (49%)

03

ACCESSOIRES INFORMATIQUES (41%)



# 6 à 10

## OBJETS POSSÉDÉS EN MOYENNE



**79%** des Français **conservent et utilisent** les objets reçus

► **Durée de conservation**



Jusqu'à 3 ans

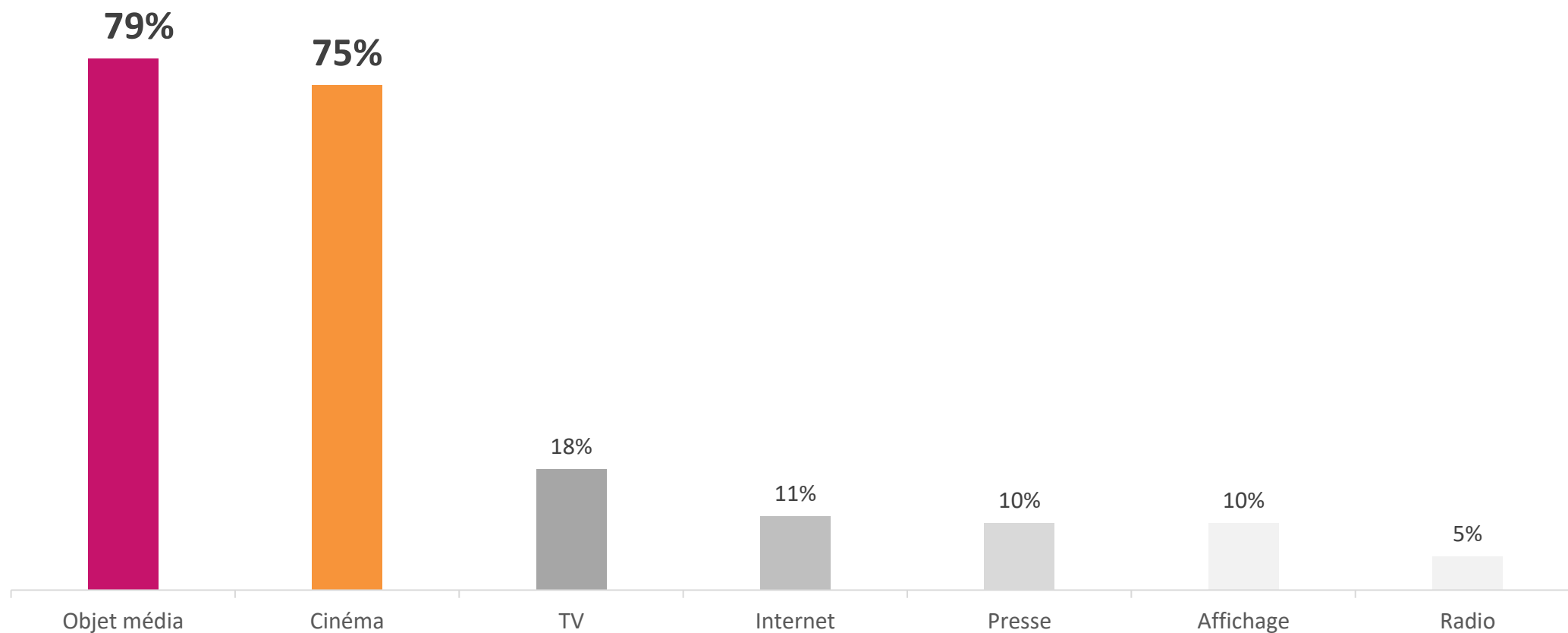


Jusqu'à 5 ans



# L'IMPACT DE L'OBJET MEDIA

TAUX DE MEMORISATION - 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 que lui apporte un objet média de qualité

(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) .

\*Key Performance Indicators = indicateurs de performance



# LES CRITÈRES DE CHOIX IMPORTANT

UTILITÉ QUOTIDIENNE

ÉTHIQUE

RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT

FUN ET ORIGINALITÉ

MADE IN FRANCE / EUROPE

# 79%

DES FRANÇAIS  
CONSERVENT  
& UTILISENT  
UN OBJET RECU

# 50%

DES FRANÇAIS  
SOUHAITENT  
RECEVOIR  
MOINS D'OBJETS  
MAIS DE MEILLEURE  
QUALITÉ

## À RETENIR !

# 78%

DES FRANÇAIS  
MEMORISENT LA  
MARQUE ASSOCIÉE  
À UN OBJET

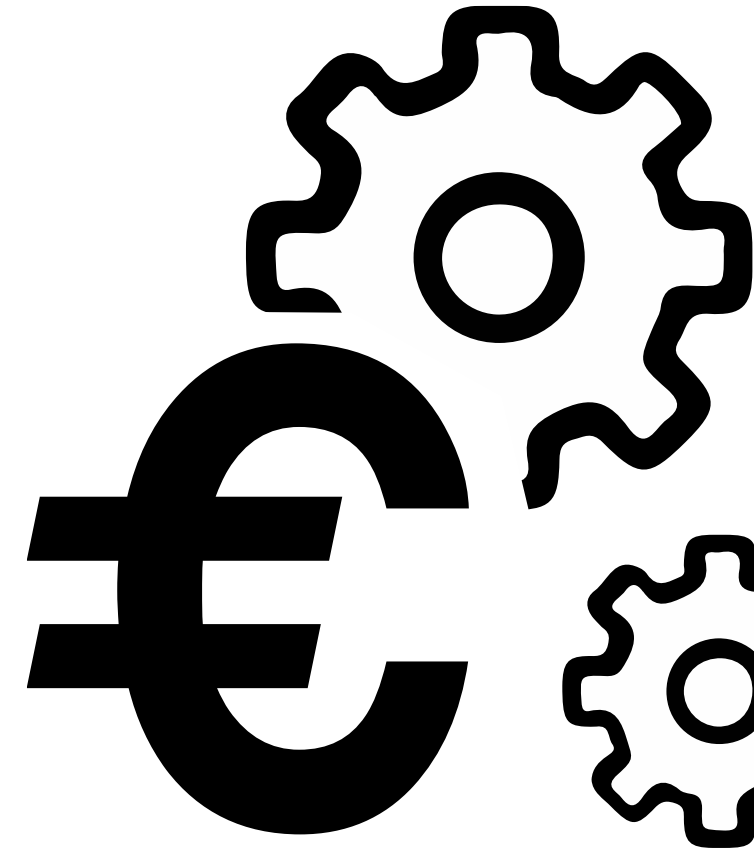




**C'EST QUOI LE  
BON OBJET  
PUBLICITAIRE ?**



CASE STUDY : **LE SURLIGNEUR**



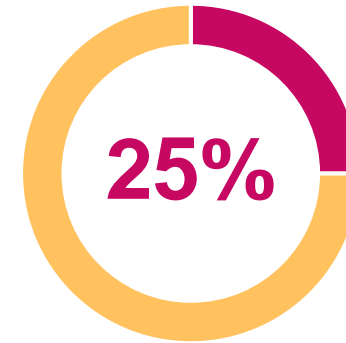
# POSONS LE CADRE

## VRAIMENT EFFICACE ?

COMBIEN DE PERSONNES L'UTILISERAIENT RÉELLEMENT ?

QUEL EST SON COÛT RÉEL ?

QUEL EST SON IMPACT ENVIRONNEMENTAL ?



5400 pc à 2.25 € → 12.150 €

Si 25% des personnes les utilisent

Perte financière : 9.000 €

Chaque Objet **utilisé** m'a coûté  
8.88 € VS 2.25 €

1350 personnes les utilisent **VS** 5400 offertes

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

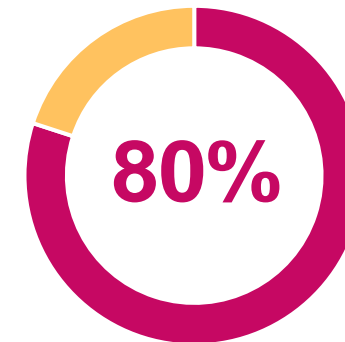
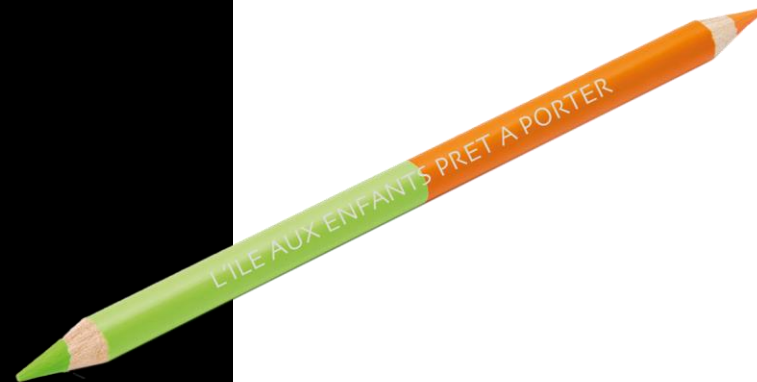
**LE CHOIX DE L'OBJET**

## FONDAMENTALEMENT DIFFERENT

93 % DES CLIENTS FINAUX  
LE CONSERVENT SUR LEUR  
BUREAU

PRODUIT HAUTEMENT  
RSE COHÉRENT AVEC  
VOS ENGAGEMENTS

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



Pour 4.500 pcs x 2.7 € → 12.150 €

Si 80% de taux de rétention bureau

Perte financière : 2400 € VS 9000 €

Optimisation budgétaire de 6.600 €

Chaque Objet **utilisé** vous a coûté  
3.33 € VS 8.88 € pour l'étoile  
3600 utilisateurs VS 1250 pour  
l'étoile

En choisissant le BON objet,  
et sans changer le budget total :

**3 x plus d'utilisateurs**

**&**

**coût/objet utilisé / 2.5**

# 9 RAISONS

# D'OPTER POUR UN OBJET

## À IMPACT LIMITÉ



Donner une image positive de la marque



Provoquer de l'émotion



Soutenir des causes



Se différencier



Recevoir en retour un « Merci »



Sensibiliser à l'environnement



Offrir une visibilité durable



Accroître la valeur perçue



Favoriser l'atteinte de ROI



ET LA RSE ?





## Engagement volontaire

aller au-delà de ses obligations légales et réglementaires



Démarche proactive



La responsabilité sociale des entreprises (RSE) désigne l'engagement volontaire des entreprises à intégrer des préoccupations **sociales, environnementales, éthiques et économiques** dans leurs activités et leurs interactions avec les parties prenantes\*.

➡ **Logique d'amélioration continue**

\* Les parties prenantes : employés, clients, actionnaires, fournisseurs, communautés locales, organisations non gouvernementales (ONG), autorités gouvernementales, etc.

# DIMENSION ECONOMIQUE

Concerne les impacts financiers et économiques de l'entreprise, tels que la création de valeur à long terme, la performance financière, la gestion des risques, etc



## **PRIVILÉGIEZ** LE MARQUAGE RESPONSABLE

Limitez au minimum le nombre de couleurs d'impression ou **favorisez** la gravure et l'embossage. Dans la mesure du possible, choisissez un **atelier de marquage local**.

# DIMENSION SOCIAL

Se rapporte aux aspects liés aux droits de l'homme, aux conditions de travail équitables, à la diversité, à la santé et à la sécurité des employés, ainsi qu'à l'engagement communautaire.

## **FAITES** APPEL A UN ESAT

Les **Établissements et Service d'Aide par le Travail (ESAT)** ont pour objectifs **l'insertion sociale et professionnelle** des adultes en situation de handicap.

Pour rappel : les entreprises ou collectivités publiques dont l'effectif est supérieur ou égal à 20 salariés, sont assujettis à l'Obligation d'Emploi des Travailleurs Handicapés (OETH) à hauteur de 6% de son effectif d'assujettissement (en ETP). En travaillant avec un ESAT, vous pouvez réduire votre cotisation OETH,



# DIMENSION ENVIRONNEMENTALE

Concerne la protection de l'environnement : la réduction de l'empreinte carbone, des émissions de gaz à effet de serre, la préservation des ressources naturelles, le recyclage, le recours aux énergies renouvelables et la promotion de pratiques durables...

## POURQUOI PAS UN SAC **UPCYCLÉ** ?

Des maillots du FC Nantes ont été transformés en sacs, pour leur offrir une **seconde vie**. Un produit unique, conçu pour durer, fabriqué en **Esat** à Nantes.\*

\*Les bénéfices de ce sac sont reversés à la Fondation FC Nantes et permettront de mettre en place de nouveaux **projets solidaires**, notamment dans l'éducation et l'insertion.



# QUELQUES GRANDES

# AVANCÉES

# LIÉES À LA RSE

- L'amélioration des conditions de travail et plus de transparence dans les usines, plus de certifications
- L'impact environnemental et l'éco-conception font partie intégrante des process industriels
- D'une manière générale, la qualité et la sécurité ont augmenté
- Evaluation RSE des membres (ECOVADIS, ACESIA, BCORP)





# LES DIFFÉRENTS MÉTIERS ▶

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**

**Il existe désormais une formation dans la  
filière de l'objet média :**

**Un diplôme de Chargé d'affaires  
commerciales et marketing opérationnel  
(CACMO)  
– Objet média (bachelor)**

**MERCI POUR VOTRE ATTENTION !**

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



**#objetmedia**

Rejoignez-nous  
sur **Instagram** et  
**LinkedIn**