



« LA CAMPAGNE DE L'OBJET MÉDIA M'A CONVAINCU »

Bernard Debargue (Arbre à Bulles, à droite) avec son partenaire marqueur Xavier Andiole (MTS Sérigraphie, à gauche).

Bernard Debargue s'est lancé dans l'aventure de l'objet publicitaire en août 2012, sur la niche du goodies écoresponsable. Le fondateur de la société Arbre à Bulles (Compiègne) a valorisé ses convictions environnementales personnelles et ses compétences professionnelles dans le management commercial pour proposer des supports de communication durables, utiles et porteurs de sens. Alors qu'il vient de renouveler son adhésion à la Fédération Française des Professionnels de la Communication par l'Objet (2FPCO), Bernard Debargue nous explique les raisons de son engagement.

Pourquoi Arbre à Bulles s'est-elle spécialisée dans l'objet de communication écoresponsable ?

Lorsque, en 2012, j'ai racheté ce fonds commercial qui était alors un site de vente en ligne d'objets design et éco-conçus, j'étais surtout intéressé par leurs produits et la valeur de leur démarche. Au cours de mes différentes aventures entrepreneuriales, ces vingt dernières années, j'ai souvent utilisé des goodies. J'ai toujours été convaincu de leur portée symbolique très forte au service d'une marque, mais je souhaitais surtout arrêter le gâchis de tous ces stylos s'empilant dans les tiroirs, de tous ces tee-shirts s'entassant au fond des placards. Cette opportunité est donc arrivée au bon moment, même si, à l'époque encore, le « goodies écolo » était essentiellement « made in China ».

Depuis, à force de ténacité et parce que les préoccupations environnementales deviennent vitales pour la survie de la planète, j'ai convaincu chaque client, un par un, et de nouveaux fournisseurs européens et français, de ne pas se contenter de belles paroles et de passer aux actes. Je suis encore aujourd'hui un activiste et mon rôle est bien plus celui d'un conseil que d'un distributeur. Je travaille

en circuit court, avec une réactivité maximale, du devis à la livraison, grâce à un réseau de partenaires fidèles qui me ressemblent, comme Xavier Andiole (MTS Sérigraphie), mon marqueur, qui se développe en même temps de moi.

Aujourd'hui, toutes les affaires remontent par le site web www.arbreabulles.pro. J'ai des clients dans toute la France et dans plusieurs pays européens qui ont une appétence pour des produits français. Tous les indicateurs sont au « vert » !

Pourquoi avez-vous adhéré à la 2FPCO et quels bénéfices en tirez-vous ?

J'ai mis longtemps à me décider, par manque de temps. Mais j'ai été très impliqué, pendant plus de dix ans, dans un extraordinaire réseau de dirigeants entrepreneurs : le CJD (Centre des Jeunes Dirigeants). D'ailleurs, mon meilleur ami de l'époque est devenu président de Greenpeace France. On ne se quitte donc pas. En ce qui concerne la 2FPCO, c'est surtout la mobilisation collective inter-entreprises qui porte la campagne de l'Objet Média qui m'a convaincu. J'ai toujours travaillé en réseau et écouté beaucoup mes pairs, pour me remettre en question et m'améliorer. C'est cela que je recherche et j'espère pouvoir y apporter au moins autant.

Que pourriez-vous conseiller à une entreprise du secteur qui ne serait pas adhérente ?

De se remettre en question ! Peut-elle survivre isolée, sans écouter les autres entreprises du même secteur, sans participer aux actions collectives, sans se former, sans bénéficier des retours d'expériences et conseils des experts, comme très récemment sur les nouvelles modalités du RGPD (Règlement général sur la protection des données, ndlr) ? Dans une économie de plus en plus complexe à anticiper, l'agilité et l'innovation sont deux des clés à découvrir grâce au partage et à la collaboration. À la 2FPCO, le terrain est fertile si chacun y plante sa graine et participe à sa croissance.

www.pro.2fpc.com