



FIP L'OBJET PUB : 27 ANS ET 2 GÉNÉRATIONS AU SERVICE DE LA COMMUNICATION PAR L'OBJET

Créée en 1988 par Gérard Hassoun, France Import Production est une société familiale plus connue aujourd'hui sous le nom de FIP L'Objet Pub. Spécialisée dans le sur-mesure, elle affiche une croissance constante à 2 chiffres depuis 2010. Pour Anton Hassoun, l'actuel directeur général, l'adhésion à la 2FPCO s'inscrit dans l'évolution naturelle de FIP.

QUELLES ONT ÉTÉ LES GRANDES ÉTAPES DE L'HISTOIRE DE LA SOCIÉTÉ ?

Anton Hassoun : Dès sa création, France Import Production s'est positionné comme le précurseur de la bagagerie fabriquée sur mesure à destination du secteur des Tour Operators. FIP a évolué depuis en globalisant son expérience du sur-mesure et sa valeur ajoutée pour tous les secteurs d'activité.

Précédemment Directeur commercial depuis 2004, j'ai repris le pilotage de l'entreprise durant l'été 2012. Depuis, nous avons notablement diversifié notre portefeuille dans les secteurs de la banque, assurance, biens de consommation, services informatiques, etc., avec comme objectif permanent la création d'objets « ambassadeurs de votre communication ».

Par ailleurs, l'évolution de la marque « FIP L'Objet PUB » s'est traduite par la création de notre 3^{ème} agence parisienne en 2010, ainsi que par l'offre de nouveaux services, comme la Gestion de catalogues Corporate.

Le 1^{er} septembre 2014, nous avons ouvert notre 4^{ème} agence, à Angoulême, qui est devenu le point de couverture du Grand Ouest.

SUR QUOI FONDEZ-VOUS VOTRE VALEUR AJOUTÉE POUR VOUS DÉMARQUER ?

Le sur-mesure ! L'écoute active de nos clients est dans l'ADN même de la société. Chaque Chef de Projet s'imprègne de l'actualité de son client et de son historique dans la communication par l'objet pour lui proposer les articles qui incarneront véritablement sa marque, sa structure, ses produits... En un mot, « ambassadeurs » ! La force de suggestion des équipes est donc un axe de travail permanent.

Nos autres atouts sont : l'ancienneté, l'indépendance financière, des capacités de sourcing en Europe et dans le monde éprouvées, et bien sûr l'ambition permanente du meilleur rapport qualité/prix/service.



QUELS SONT VOS PROJETS POUR LES ANNÉES À VENIR ?

Notre société travaille depuis plusieurs années via des outils de CRM pour sa relation client : relances téléphoniques du bon interlocuteur à la date pertinente, envois de newsletters personnalisées, rattachement de comptes à un chef de projet dédié. Je souhaite franchir un pas supplémentaire à moyen terme en installant un véritable ERP destiné à centraliser les multiples sources de données actuelles. Future colonne vertébrale de la société et de ses 4 agences, ces outils permettront de servir au mieux les forces commerciales et administratives, en accompagnant la montée en puissance de la société.

POURQUOI AVOIR ADHÉRÉ À LA 2FPCO ?

J'ai connu la Fédération par sa forte présence sur les salons et par le bouche à oreille. Je m'en suis rapproché en 2012 sur les conseils d'un de mes fournisseurs et ami, Laurent de Makito France. L'adhésion à un mouvement fédérateur et représentatif comme la 2FPCO répondait à une évolution naturelle de la société. Avec des bénéfices immédiats : être plus lisible auprès des clients et des fournisseurs, être représenté et avoir la possibilité de faire entendre sa voix auprès des pouvoirs publics nationaux et européens. Il est simplement dommage que ma résidence en province ne me permette pas de m'impliquer davantage dans les activités de la Fédération.

QUELS AUTRES AVANTAGES EN AVEZ-VOUS RETIRÉS ?

En adhérant à la 2FPCO, FIP a donné une direction supplémentaire à sa stratégie et bénéficie d'une veille attentive sur l'évolution des normes et réglementations en vigueur, qui sont des informations cruciales. Parmi les plus indéniables réservés aux membres de la Fédération, je citerai aussi les études de marché complètes sur le secteur (types de produits, consommation par pays...). Nos salariés et nos clients sont très demandeurs de ces données qui apportent une vision transversale et à long terme du marché de l'objet publicitaire.

COMMENT FAIRE SELON VOUS POUR QUE LA 2FPCO ATTIRE DE NOUVEAUX MEMBRES ?

L'évangélisation prend certainement du temps, mais la Fédération doit persévérer dans ses nombreuses actions.

Les avantages à devenir membre sont indiscutables, de plus le coût de l'adhésion lié au CA est très incitatif. Alors rejoignez-nous pour que nous soyons encore plus représentatifs et structurés !

www.2fpc.com



**SOLUTION,
C'EST SON NOM**

ON NE PART PAS SANS ELLE

Cette nouvelle sacoche s'impose comme « la Solution » incontournable pour disposer du minimum nécessaire en toute occasion, de toutes les couleurs – et en tout confort aussi avec son dos matelassé et sa ceinture réglable. Compartiment principal et poche avant zippés : tout est là.

Ref. : 1809793. L 30 x H 16 x P 7 cm. Jaune, rouge, orange, marine, noir, fuchsia, vert mai, vert, blanc



DISTRIBUTEUR FRANCE

Tél. : +33 (0)3 88 55 90 19
Fax : +33 (0)3 88 55 17 92
Email : contact@cybernecard.fr

